

CONSTRUCCIÓN DE INDICADORES PARA LA COMPETITIVIDAD. CASO DE EMPRESAS DIRIGIDAS POR MUJERES EN LA REGIÓN DE XALAPA, VER., MÉXICO

Belinda Izquierdo García (1)
Juan Schuster Fonseca (2)
UNED
Universidad de París

ABSTRACT

The relevance of the study, lies in the review on the state of the art of competitiveness indicators, developed by experts, too, builds on research "The Role of Gender and Business Competitiveness. Exploratory study in the Region of Xalapa, Veracruz, Mexico", performed by the authors of this article, in the framework of the activities of a business linkage project of the University of Veracruz.

KEY WORDS: Competitive, Competitive advantages, Competitive indicators, Managerial development

RESUMEN

La relevancia del estudio recae en la revisión del estado del arte de los indicadores de competencia desarrollado por los expertos, también constituyen a la propia investigación el papel de género y la competencia en los negocios. Este es un estudio de exploración en la ciudad de Jalapa, Veracruz, México, llevado a cabo por los autores de este artículo en el marco de trabajo de actividades de un proyecto de conexión de negocios en la Universidad de Veracruz.

PALABRAS CLAVE: Competitividad, ventajas competitivas, indicadores de competitividad y desarrollo empresarial

(1) Dra. Belinda Izquierdo García. Dra. en Filosofía y Ciencias de la Educación, UNED, Madrid, España. bizquierdo@uv.mx Investigadora de tiempo completo de la Universidad Veracruzana, ha publicado temas de investigación relacionados con la materia de Administración del Potencial Humano (APH) en revistas nacionales e internacionales.

(2) Mtro. Juan Schuster Fonseca. Candidato a Doctor en Sociología, Universidad de París III-Sorbonne Nouvelle. jschuster@uv.mx, Investigador de tiempo completo de la Universidad Veracruzana, ha publicado temas de investigación relacionados con la materia de APH en revistas nacionales e internacionales.

INTRODUCCIÓN

El tema de la competitividad ha estado en el centro de las controversias en las últimas dos décadas, estas discusiones se han enfocado principalmente a su significado en los diversos ámbitos de análisis, en los métodos disponibles para medirla, así como en las políticas públicas que se pueden establecer para mejorarla.

Como lo señalan Romo y Musik (2005), la necesidad de definir con claridad y comprender este término va más allá de objetivos puramente semánticos, siendo de una gran necesidad el precisar tanto el significado de competitividad como los métodos e instrumentos para medirla, habida cuenta de la importancia que ello implica para la formulación y aplicación de políticas públicas que buscan incrementar los índices de competitividad en todos los niveles.

Si bien en el país se ha avanzado en lo que se refiere tanto al concepto como a los indicadores de competitividad (3), en el ámbito empresarial dista mucho de haber un acuerdo sobre los factores que inciden en una mayor o menor competitividad de las empresas.

Al respecto, se mencionan factores internos y externos que pudiéramos considerar como convencionales (métodos de producción, organización del trabajo), al lado de otros como la investigación y el desarrollo tecnológico, que en el contexto global han adquirido un creciente peso relativo, dando lugar a variables e indicadores que hacen cada vez más complejo el estudio de este tema.

En el presente trabajo se hace un análisis sobre la problemática que conlleva la construcción de indicadores para el estudio de la competitividad en las empresas, en este caso, las dirigidas por mujeres.

El objetivo es el de examinar la manera en la que se construyeron los indicadores de la variable "competitividad" en la investigación denominada "El Rol de Género y la Competitividad Empresarial. Estudio exploratorio en la Región de Xalapa, Veracruz, México", realizada por los autores de este artículo en el marco de las

(3) Ver, entre otros, a René Villarreal (2002) *México Competitivo 2020: Un modelo de competitividad sistemática para el desarrollo*. México, Océano, México; así como los informes publicados por Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO)

actividades de este proyecto de vinculación empresarial de la Universidad Veracruzana.

Con tal propósito, se hace en primer lugar un breve análisis del estado del arte del concepto de competitividad, poniendo énfasis en los factores que los distintos autores consideran como primordiales. Enseguida se destacan los indicadores de competitividad que sirvieron de referencia para la construcción de los indicadores del estudio. Posteriormente, se argumenta sobre la manera en que fueron contruidos dichos indicadores y su transformación en categorías e ítems para la elaboración del instrumento utilizado para la recolección de datos, así como los resultados y el análisis exploratorio de las características de género de las mujeres empresarias de la AMXE y la competitividad en sus empresas. Por último, se formulan las conclusiones a las que se llegaron.

COMPETITIVIDAD Y VENTAJAS COMPETITIVAS

Para delimitar con precisión el concepto de competitividad se requiere distinguir los distintos niveles para los que se emplea este término, así como diferenciarlo de otro relacionado, que es el de ventajas competitivas.

La mayoría de los autores que han abordado este tema se han referido principalmente a la competitividad desde dos puntos de vista distintos: ya sea enfocada está al desempeño de las economías nacionales, o bien desde la perspectiva de la formulación de políticas industriales. Un tercer grupo de autores se refiere a la competitividad empresarial, es decir, a la de las empresas consideradas en lo individual.

En el presente trabajo sólo trataremos lo relacionado con la competitividad de las empresas.

El Diccionario Oxford de Economía define la competitividad como "la capacidad para competir en los mercados de bienes o servicios".

Por su parte, Velásquez (1995) define competitividad como la habilidad de empresas, industrias, regiones o áreas geográficas para generar, en un contexto de competencia, niveles relativamente altos de ingreso y empleo de factores, sobre bases sostenibles.

En un ambiente globalizado, ser competitivo se convierte en una necesidad de una magnitud tal que, no sólo está en juego la búsqueda de beneficios superiores, sino incluso la supervivencia de la organización.

También, se podría aproximar un concepto de competitividad, entendiéndola como la capacidad que posee una organización para distinguirse del resto basándose en ventajas competitivas, con el fin de alcanzar, sostener o mejorar una situación determinada dentro de un contexto socioeconómico (Pelayo, 2002).

Por otro lado, una ventaja competitiva se refiere a elementos, recursos, conocimientos o atributos, que una empresa posee en forma exclusiva o en mayor cuantía que sus competidores, y le permite la creación de valor por encima de sus pares. Esto se constituyen en la base del posicionamiento competitivo de la organización.

Sin embargo, Ivancevich *et al.* (1996) considera que, para que una empresa sea competitiva, es necesario producir bienes de calidad, entendiendo éstos como los elaborados por un sistema donde exista eficiencia en el uso de los recursos, efectividad en el logro de resultados y eficacia en la satisfacción de las necesidades de los clientes, tanto externos como internos. En este sentido, la cooperación y la participación proactiva de todos los involucrados (personal, directivos e incluso proveedores y distribuidores) es vital en el logro de este objetivo; indudablemente esto evidenciaría una posición distintiva y, por lo tanto, una ventaja competitiva.

Porter (1991) ha desarrollado diferencias entre ventajas competitivas de orden inferior y superior. Los primeros se refieren a ventajas referidas al costo de los factores o con base en el acceso a mercados de exportación y tecnologías. Las experiencias de modelos de competitividad basadas en subsidios o salarios bajos han demostrado a largo plazo no ser provechosas para la fuerza competitiva que la organización perfila dentro del espacio donde se diferencia.

Por otro lado, las ventajas de orden superior se refieren a aquellas que se enfocan en el desarrollo del recurso humano, las innovaciones y el desarrollo tecnológico. Tales dimensiones evidencian en el plano empírico una competitividad basada en estas ventajas de un

sustento que fortalece a la organización y se ofrece una imagen sólida en el mercado.

Así, dentro de este marco de referencia, las empresas en su afán de ser más competitivas, han intentado diversas formas de actuación. Una de las más exitosas asumen una estrategia basada sobre el modelo de calidad total, el cual postula como principio fundamental el enfoque hacia el cliente. Este modelo no sólo ataca el producto, sino el sistema como un todo, dirigiendo sus esfuerzos primordialmente hacia la construcción de una organización donde todos sus miembros ejecuten sus acciones en forma coordinada con el fin de cumplir su misión.

También, Porter (1999) sostiene que para que una empresa perdure tiene que afianzarse en una de dos estrategias genéricas: el liderazgo en costos o la diferenciación. El liderazgo en costos se fundamenta en costos bajos, mientras que la diferenciación se basa en la selección de algunos atributos tangibles e intangibles, que se consideren importantes por los clientes, sobre los cuales la empresa se enfocará para adquirir ventajas con respecto a sus competidores inmediatos.

Un elemento importante a resaltar en el estudio de la competitividad, es la innovación, en cuya base está el conocimiento; ya que se está transitando una era en la que éste se considera el elemento distintivo por excelencia y, por lo tanto, la fuente generatriz de las ventajas competitivas no sólo de las empresas sino de los países en general. En efecto, es cada vez más notorio como los países más avanzados, soportados por sus sectores de actividad en sus empresas excelentes, basan sus estrategias en el conocimiento. Ello justifica la presencia de grandes inversiones en la educación y creación de conocimiento, en países pioneros en el desarrollo tecnológico. Por supuesto, la brecha con respecto a los países con pocas oportunidades de innovación, incluyendo por supuesto los de América Latina, es cada día más amplia.

Bajo la influencia de un ambiente como éste, el proceso global, acompañado de una apertura apresurada de los mercados, ha contribuido a empobrecer aún más a los países pobres. Esto se ha reflejado con fuerza inusitada en el comportamiento del sector productivo de los países que ofrecen desventajas competitivas.

La escasa competitividad de las empresas del tercer mundo ha devenido en una serie de acontecimientos que han concluido con el cierre y, en el mejor de los casos, con una reducción importante de las actividades de las empresas de estos países. La inexistencia de elementos distintivos en ellas ha sido el factor común que ha generado esta situación (Rivas, 1998).

Ahora bien, siendo el proceso de globalización una realidad indetenible, sin duda, no existen muchas opciones para las organizaciones del tercer mundo. La impresión que queda, a modo de reflexión, es que o producen transformaciones radicales que las hagan más competitivas o perecen (Márquez, 2002). Por ello, la búsqueda de características distintivas parece ser el camino. Sin embargo, las recetas tradicionales, ampliamente ensayadas, se han constituido en un fracaso inevitable. Se hace necesario, buscar modalidades que sean viables para estas organizaciones y que las conduzcan a la adopción de ventajas competitivas singulares y no ortodoxas, que les permita sobrevivir y aun avanzar en sus objetivos.

Como se ha venido afirmando, de manera muy reciente se ha estado introduciendo la modalidad de que una empresa responsable, muy probablemente, perdura. En efecto, se sostiene que la responsabilidad entraña ventajas competitivas y permite que la empresa pueda sobrevivir en un mundo signado por los continuos cambios (Menon, 2001).

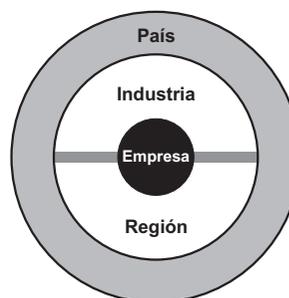
Una empresa responsable con niveles de calidad atendidos con base en las exigencias del cliente o usuario, genera confianza y credibilidad, tanto para sus clientes internos como externos y, por lo tanto, se produce una elevada satisfacción laboral que a su vez genera un aumento importante de los niveles de productividad y una alta identificación del empleado con la empresa, y aunado a la excelencia y a la innovación la sitúan en un piso satisfactorio y competitivo dentro del proceso global. Por otro lado, tal posición eleva la imagen pública de la empresa, lo cual se refleja en una elevación del grado de lealtad de los clientes de la organización y de posicionamiento en el mercado (Brenson y López, 1995); convirtiendo tal fortaleza en una ventaja distintiva y en una agregación de valor sobre los productos, servicios, a ambos, ofrecidos a la sociedad. En otras palabras, una organización donde esté interiorizado el valor de la responsabilidad, presentará una imagen

corporativa saludable que generaría una ventaja competitiva y, por tanto, un aumento de sus rasgos competitivos.

Sin embargo, aunque la sociedad en su conjunto exige una organización con un sentido de responsabilidad social internalizado, hay que reconocer que ésta debe practicarse dentro de los límites de la competencia, y buscando el rendimiento de largo plazo y la perdurabilidad en el tiempo (Ferrer, 2001). No actuar en este sentido podría acarrear las mismas consecuencias que tarde o temprano pueden llevar a la organización a su desintegración y posible desaparición del mercado.

Por último, en su interesante revisión del estado del arte sobre el concepto de competitividad, los investigadores del ITAM, David Romo y Guillermo Musik, hacen hincapié en los factores subyacentes de la competitividad de las empresas y proponen una interpretación, a partir de lo que denominan niveles concéntricos, representados como círculos (figura 1), de los factores externos e internos que influyen en los índices de competitividad en sus diferentes niveles.

Figura No. 1
Niveles concéntricos jerarquizados de competitividad



Fuente: David Romo y Guillermo Musik, 2005.

La taxonomía propuesta incluye niveles de análisis: micro (la empresa), meso (la industria y la región) y macro (el país). Gráficamente se representan en forma de anillos concéntricos para ilustrar la idea de que en la competitividad de la empresa influyen las condiciones que imperan en la industria y la región. Al mismo tiempo, la competitividad de empresas, industrias y regiones la determinan las condiciones nacionales.

El concepto de competitividad en los niveles de empresas e industria es relativamente claro y no es causa de polémica, por lo que la discusión se centra en los ámbitos regionales y nacionales.

En la figura, la empresa aparece en el centro de los anillos de competitividad; ello implica que, además de todos los factores internos, hay variables externas que tienen efectos igualmente importantes en la competitividad de la misma. En el plano de la industria, la concentración de mercado, la diferenciación de productos, los precios internacionales de los bienes producidos, así como una política industrial explícita en el sector, son sólo algunas de las variables más importantes. En lo regional, los factores esenciales son la existencia de la infraestructura requerida, así como un número suficiente de trabajadores calificados o la posibilidad de efectos de aglomeración, por la ubicación de varias plantas dentro de la misma zona. Finalmente, las variables del país también tienen efectos en la empresa, sobre todo el tipo de cambio y las tasas de interés.

INDICADORES DE COMPETITIVIDAD

Los indicadores que se exponen a continuación, están tomados del excelente trabajo desarrollado por el Ministerio de Economía y Finanzas de la República de Uruguay, denominado "Matriz de Indicadores de Competitividad", en el cual se plantea la construcción de un sistema de indicadores, tomando como fuente los reportados por el Foro Económico Mundial, el Banco Mundial (Doing Business Project), el Banco Central del Uruguay y el Instituto Nacional de Estadística, entre otras instituciones.

La matriz propuesta considera diversos tipos de determinantes de las variables e indicadores: determinantes sistémicas, determinantes sectoriales y determinantes de la empresa.

Entre las determinantes sistémicas se incluyen el contexto socio-económico, el clima de negocios y las políticas de promoción y fomento; mientras que en las sectoriales se incluyen la estructura de mercado, las regulaciones específicas y las políticas de apoyo.

Por lo que se refiere a las determinantes de los indicadores de competitividad de las empresas, se consideran las de eficiencia y de capacidad.

Indicadores relacionados con las empresas

Todas las estrategias llevadas a cabo por las empresas son indicadores de competitividad a nivel de empresa. En el documento se propone un listado amplio de indicadores para evaluar las estrategias adoptadas por las empresas. En forma ex ante 105 indicadores pueden ser divididos en dos grupos: indicadores de eficiencia e indicadores de capacidad.

Indicadores de eficiencia

La eficiencia se evalúa con indicadores económicos financieros:

- Rentabilidad
- Grado de endeudamiento
- Grado de liquidez

Se evalúa con indicadores de productividad:

- Producto físico/personal ocupado en la producción (horas trabajadas)
- Producto en valor/personal ocupado en la producción
- Índices técnicos de conversión de materias primas
- Consumo de energía/producto físico
- Productividad total de factores

Se evalúa con comparaciones de precios/costos:

- Comparación de precios y/o costos por producto con competencia nacional y extranjera
- Relación tipo de cambio/salario
- Relación precios/tarifas

Y otros:

- Grado de utilización de la capacidad productiva

Indicadores de capacidad

La capacidad se evalúa por indicadores de la estrategia de recursos humanos en capacitación y en tecnología

- Gastos en entrenamiento de recursos humanos/ventas
- Número de empleados en programas de entrenamiento/empleados totales

- Inversión intangible/ventas
- Composición de los recursos humanos
- Gastos en innovación y desarrollo/ventas
- Personal ocupado en actividades de innovación y desarrollo (por nivel de instrucción) total.
- Número de patentes solicitadas y atendidas
- Número de marcas registradas

Grado de difusión de las tecnologías de manufactura avanzada. Gasto en equipo de automatización de la producción/ventas

Se evalúa por la estrategia de calidad y medio ambiente:

- Adhesión a normas técnicas internacionales de calidad y control ambiental. Gasto en equipos-sistemas de control de calidad/ventas
- Gasto en equipos-sistemas de control ambiental/ventas
- Gasto en innovación y desarrollo para el control ambiental/gastos en innovación y desarrollo totales

Se evalúa por la estrategia de inversión y capacidad productiva:

- Inversión/ventas
- Antigüedad de los equipos
- Escala de planta en relación con el promedio y grado de utilización

Se evalúa por la existencia de programas de apoyo al sector privado. En el informe final se abordaron indicadores para estos programas.

LA COMPETITIVIDAD Y LAS MUJERES EMPRESARIAS DE XALAPA

La investigación que desarrollamos los autores de este artículo, "El rol de género y la competitividad empresarial. Estudio exploratorio en la Región de Xalapa, Veracruz, México", tuvo como objetivos los siguientes:

General:

- Explicar la relación del rol de género con la competitividad empresarial.

Específicos:

- Analizar qué factores culturales y biológicos influyen en la competitividad empresarial.
- Conocer cómo se dan las relaciones interpersonales y grupales entre las empresarias.
- La investigación tiene la intención de favorecer, además de lo anterior, la generación del conocimiento e impactar sobre las temáticas de la LGAC, mismos que se reflejarán en la difusión en revistas indexadas.

Las unidades de medición las constituyeron las empresas dirigidas por mujeres empresarias. En principio, se utilizó el padrón de afiliadas de la Asociación de Mujeres Empresarias de Xalapa, AC (AMXE). Cabe señalar que por ser una población pequeña de 20 personas, se incluyeron a todas.

Se trata de indagar sobre la situación que guarda el género femenino y la competitividad, variables relacionadas con el trabajo individual y colectivo, también pretendemos averiguar como están trabajando y si les resulta trabajar en equipo o individualmente, y que técnicas y estrategias competitivas contemplan para la labor que desempeñan, relacionadas con los factores de orden cultural y biológico, asimismo, se pretende obtener conocimientos de orden científico.

El papel de la mujer en la economía

En los últimos años, el incremento de la presencia de las mujeres en el sector productivo es una realidad, en especial su participación en la fuerza de trabajo, lo que ha venido a transformar los contextos laborales y profesionales, tradicionalmente masculinos, generando nuevas formas de organización, distribución y dirección en el trabajo.

A el ámbito mundial, la ONU se ha preocupado por promover programas para luchar contra la discriminación de las mujeres y por la igualdad económica, social y cultural.

Sin embargo, resulta interesante constatar que en nuestro país, según el Instituto Nacional de las Mujeres, más de 33 por ciento de la población económicamente activa está constituido por mujeres, y de ellas, una gran mayoría combina su ocupación laboral con el trabajo en el hogar.

Según datos de la Comisión Nacional de Mujeres de la Canacindra, la participación formal del género femenino, como fuerza de trabajo, se ha duplicado al pasar de 18% en 1970 a más de 40% en 2006; mientras que en la última década el número de mujeres empresarias se ha incrementado en 30%. La mayoría de las emprendedoras se ha incorporado en el sector comercio.

En cuanto a su contribución a la generación del PIB, más de 70% de las emprendedoras están en una microempresa, segmento que genera más de las dos terceras partes del PIB, y de éste, una cuarta parte lo representan las mujeres.

Por otra parte, la participación de las mujeres en actividades productivas se refleja en el incremento en el número y monto de los apoyos de programas para emprendedoras. Según datos de la Secretaría de Desarrollo Económico y Portuario del Estado de Veracruz, a lo largo del año 2007, el gobierno del estado, a través del fideicomiso relacionado con el medio empresarial, otorgó apoyos a alrededor de 50 000 mujeres.

La construcción de indicadores para la investigación sobre mujeres empresarias

Como el presente artículo está dedicado a la variable competitividad, creemos pertinente distinguir lo concerniente a la construcción de los indicadores en el marco de la investigación realizada.

El cuestionario elaborado (anexo1) integró un apartado de categorías e ítems, relacionados con los indicadores de competitividad, los cuales se sustentan en el estado del arte, el que a su vez refleja la importancia que tiene el tema de la competitividad empresarial, tanto para la elaboración de políticas públicas como para la determinación de necesidades específicas de las empresas para participar en los mercados.

En este proceso se evidenció la importancia que tiene la inversión en capital humano y su relación con el desarrollo tecnológico. En la medida en que el potencial humano se interrelaciona con los aspectos de innovación y desarrollo tecnológico, se potencia su capacidad competitiva en beneficio del tejido económico y social en el que nos desenvolvemos.

También se consideró que respecto a la competitividad en las empresas, se requiere hacer frente a una problemática que va desde la necesidad de desarrollar una cultura emprendedora, hasta generar políticas que supriman la excesiva regulación para abrir nuevas empresas, o bien el limitado acceso de las pequeñas empresas a los esquemas de financiamiento y de aplicación de nuevas tecnologías.

Para tal efecto, resultó necesario revisar las políticas existentes en nuestro país para el desarrollo de la competitividad, como también apoyarnos en la cimentación de los *indicadores existentes*. En este caso, mencionaremos los que sirvieron para construir los indicadores utilizados en la elaboración del instrumento de recolección de datos de la investigación referida.

Como pudimos apreciar en el apartado dedicado a los indicadores de competitividad, los indicadores relacionados con las empresas, contenidos en la *Matriz de Indicadores de Competitividad* propuesta por el gobierno uruguayo, los agrupa en torno a dos ejes: la eficiencia y la capacidad. La primera se evalúa con indicadores económico financieros, de productividad, así como con comparaciones de precios/costos.

Los indicadores de capacidad se evalúan, entre otros por los relativos a la capacitación, organización de personal, volumen de producción, estrategias de inversión y capacidad productiva, así como la innovación tecnológica.

A continuación presentamos los que fueron incluidos en el cuestionario, el cual sirvió como instrumento para la investigación:

- La capacitación, determinada por el porcentaje de ingresos destinados a la capacitación del personal, el tipo de capacitación que brinda, la frecuencia con que lo hace.
- Respecto a la organización de personal, se considera el número de personal con que cuenta, asignación de cargas de trabajo, distribución de turnos, número y descripción de puestos y beneficios que se otorgan al personal.
- En cuanto al volumen de la producción, referida a los servicios o productos, se incluye el promedio que generan en producción, volumen de ventas al día, mercancía en inventario, modificaciones a los procesos productivos, administrativos u otros, obtención del precio de venta, métodos de obtención de utilidades o en su caso de pérdidas.
- Estrategias de mercado, en los cuales se proponen las habilidades para vender anticipadamente los productos o servicios, días u horarios de mayor venta, conducción de competencia y ventajas de las mismas.
- En relación con la estrategia de ingresos y egresos, ésta contiene adeudos, ingresos-costos, costos-beneficios y gastos fijos.
- Finalmente lo relacionado con la innovación, en donde circunscribimos el empleo de las nuevas tecnologías.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

En Xalapa -como ya se señaló-, las mujeres empresarias integradas en la Asociación de Mujeres Empresarias de Xalapa, AC (AMXE), fueron quienes respondieron el cuestionario que hemos venido comentando y sus respuestas fueron reveladoras respecto a los indicadores de competitividad objeto de estudio.

Los resultados de la investigación permiten aproximarse al análisis de la importancia del rol de género en la economía, a partir de la constatación del liderazgo que ejercen las mujeres en el medio empresarial.

Con el fin de facilitar la exposición de los datos, se decidió seleccionar, de entre 38 cuadros y gráficos, lo relevante de las variables de competitividad y rol de género, empleando para ello el análisis estadístico exploratorio.

Edad, nivel de estudios y estado civil de las mujeres empresarias

Edad	Nivel de estudios												TOTAL
	Secundaria			Preparatoria			Licenciatura			Maestría			
	S	C	D	S	C	D	S	C	D	S	C	D	
30-39	0	0	1	0	0	0	2	1	0	3	1	0	8
40-49 años	0	0	0	1	1	0	0	2	0	0	0	0	4
50 a mas años	0	0	0	0	3	0	0	2	0	0	0	0	5
TOTAL	0	0	1	1	4	0	2	5	0	3	1	0	17

Fuente: Investigación propia (noviembre 2008).

Las frecuencias reflejan los rangos de edad, así como el estado civil, encontrándose que la mayoría de las mujeres son casadas. La categoría de edad más frecuente es de 30 a 39 años, donde destacan los estudios de licenciatura, sin que se detalle el grado.

Giro de las empresas objeto de estudio

Giro	Micro	Pequeña	Mediana	Total
Servicio	16	0	0	0
Producto	0	1	0	0
Total				17

Fuente: Investigación propia (noviembre 2008).

La mayoría de las empresas, objeto de estudio, se ubican en la micro-empresa, están dedicadas al servicio, en donde encontramos, desde salas de belleza, restaurantes, venta de uniformes, servicios de costura, entre otros.

Relación entre concepto de ser mujer con la cultura, comunidad y aprendizaje

Categorías	Totales
La cultura: hábitos y costumbres	8
La comunidad: grupos sociales	10
Aprendizaje en la familia: enseñanza de los padres	4

Fuente: Investigación propia (noviembre 2008).

Respecto al significado de ser mujeres y la relación con los conceptos de cultura, comunidad y el aprendizaje en la familia, es relevante señalar las respuestas: en primer término, la influencia de información sexual que existe entre los grupos sociales, desde la adolescencia y la edad adulta, secundado por los hábitos y costumbres adquiridos en el núcleo familiar y en la sociedad.

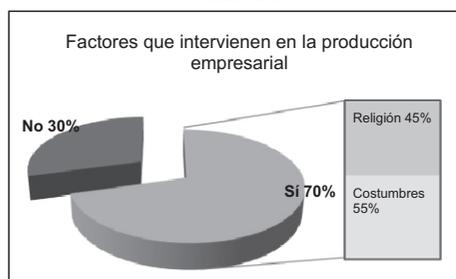
Los factores culturales de mayor intervención en la producción, son los de tipo religioso y las costumbres del personal de la empresa. La religión es un elemento de la actividad humana que suele componerse de creencias y prácticas sobre cuestiones de tipo existencial, moral y sobrenatural, y esto tiende a influir en la práctica empresarial. Respecto a las costumbres, en cada empresa existen personas provenientes de diversos medios sociales y culturales y portadores de diferentes costumbres que influyen en su quehacer laboral.

Factores de éxito en las empresas

Las respuestas relacionadas con el éxito de sus empresas tienen que ver por la buena atención que ofrecen a sus clientes y por la tenacidad con la que actúan, así como a la responsabilidad que asumieron al iniciar sus empresas. Dichos factores tienen reciprocidad con las estrategias competitivas que utilizan para participar en el mercado.

90

Gráfica 1



Fuente: Investigación propia (noviembre 2008).

Método para obtener utilidades

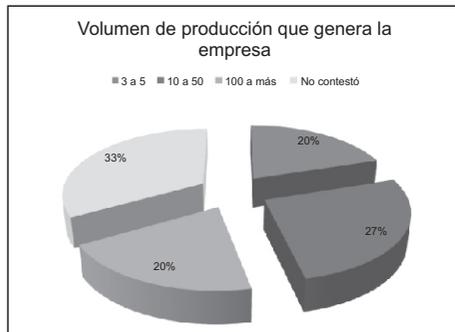
Tipos de métodos	Total
No hay métodos	8
No contestó	9
Total	17

Fuente: Investigación propia (noviembre 2008).

Categorías	Total
Buena atención	7
Responsabilidad	4
No contestó	6
Total	17

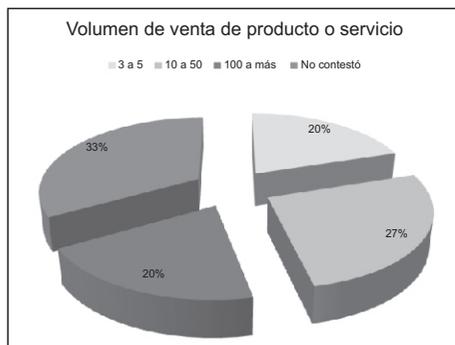
Fuente: Investigación propia (noviembre 2008).

Cabe resaltar que para la planeación, organización y control empresarial, es importante definir a los sistemas y métodos que se han de instituir, entre ellos el método para obtener utilidades. En este estudio, 50% de las encuestadas refieren que no tienen un método para obtener utilidades y el resto no contestó, lo cual explica la contingencia de sus empresas.



Fuente: Investigación propia (noviembre 2008).

Respecto al volumen de producción que genera la empresa, podemos comentar que existe una simetría en las respuestas. Entre estas encontramos a las que no contestaron, seguidas por las que se localizan en el rango de 10 a 50%. Lo anterior muestra la falta de registro de la producción, sin aclarar el periodo.



Fuente: Investigación propia (noviembre 2008).

Respecto al volumen de venta sucede algo similar en cuanto a los datos de la gráfica anterior, referida al volumen de producción: las que no contestaron fueron las de mayor porcentaje, y les siguieron las de 10 a 50%.

Análisis exploratorio de la características de género de las mujeres empresarias de la AMXE y la competitividad en sus empresas

Para los fines de nuestro trabajo, elegimos el método de análisis exploratorio tratando de encontrar las relaciones significativas entre las

variables de género y los resultados de competitividad, con el afán de ampliar este estudio a un número mayor de la población que nos permita generalizar estos resultados.

Para el caso, se elaboró una base de datos que se utilizó para la elaboración de cuadros y gráficos y el respectivo análisis, en donde se registró en las columnas una numeración continua del 1 al 17, la cual representa a las mujeres empresarias, y en la fila se registró a las variables y categorías del cuestionario, representadas por letras, de acuerdo con el abecedario. Posteriormente se analizaron los datos, seleccionando algunas estadísticas que representan la relación existente entre pares de las variables, que a continuación presentamos.

Cuadro 1 de contingencia de las variables: H * II

Recuento		II					Total
		,00	1,00	2,00	3,00	4,00	
H	1,00	3	3	1	0	4	11
	2,00	1	0	2	2	0	5
Total		4	3	3	2	4	16

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	9.4	4	,052

Medida simétrica

	Valor
V de Cramer	0.767

Las variables H e II representan respectivamente a las preguntas del cuestionario: ¿intervienen los factores culturales de las mujeres en la producción empresarial?, ¿qué volumen de producción (servicios y productos) en promedio genera su empresa al día? Aquí se demuestra, con base en la tabla, la contingencia, aplicando la prueba de ji-cuadrada con una alfa de .06; la independencia se rechaza, por lo tanto, estaríamos comprobando una relación entre los niveles H e II. También ésta se puede medir con el coeficiente Cramer, que mide la asociación de las variables en cuestión. Podemos concluir que sí hay correlación mediana de .76.

**Cuadro 2 de contingencia de las variables:
H * JJ**

Recuento		JJ					Total
		,00	1,00	2,00	3,00	4,00	
H	1,00	3	5	0	1	2	11
	2,00	2	0	3	0	0	5
Total		5	5	3	1	2	16

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	10.415	4	0.034

Medida simétrica

	Valor
V de Cramer	0.807

Por cuanto hace a las variables H y JJ, que representan respectivamente las preguntas: ¿intervienen los factores culturales de las mujeres en la producción empresarial?, ¿qué volumen de ventas de producto o servicio realiza en promedio por día?, existe una significancia estadística de dependencia de .81, lo cual revela la correspondencia entre las variables mencionadas.

**Cuadro 3 de contingencia de las variables:
N * NN**

Recuento		NN			Total
		,00	1,00	2,00	
N	1,00	2	2	2	6
	2,00	0	5	0	5
	3,00	4	2	0	6
Total		5	9	2	17

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	10.074	4	0.039

Medida simétrica

	Valor
V de Cramer	0.544

Por cuanto hace a las variables N y NN, que representan respectivamente las preguntas: ¿cuáles son los factores de éxito en las empresas dirigidas por mujeres?, ¿tiene algún método para obtener su utilidad y/o pérdida en ventas?, se encontró una asociación reflejada por una ji-cuadrada, la cual descarta la independencia, y el valor V de Cramer muestra una correlación mediana de .54.

CONCLUSIONES

En el presente artículo, los autores trataron de mostrar que en el tema de la competitividad existe una gran necesidad de precisar tanto el significado del concepto de competitividad como los métodos e instrumentos para medirla, habida cuenta de la importancia que ello implica para la formulación y aplicación de políticas públicas que buscan incrementar los índices de competitividad en todos los niveles.

Como parte de la investigación que los autores realizan sobre el rol de género y la competitividad en las mujeres empresarias de Xalapa, en el estado de Veracruz (México), se trabajó en la definición de la variable "competitividad", así como en la construcción de indicadores que permitieran aproximarse al conocimiento de los índices de competitividad de las empresas dirigidas por mujeres.

Para tal efecto, se tomó como referencia la propuesta de una matriz de indicadores de competitividad, elaborada por el Ministerio de Economía y Finanzas del gobierno uruguayo, para la construcción de indicadores que luego fueron utilizados en la elaboración de un instrumento (cuestionario) que se aplicó a mujeres empresarias, de la región central del estado situado en el Golfo de México, con la finalidad de medir los índices de competitividad en las empresas dirigidas por mujeres.

Los indicadores de competitividad de las empresas, contruidos inicialmente en torno a dos ejes, la eficiencia y la capacidad, permitieron explorar cuestiones tan importantes para una empresa como son la capacitación, la organización de personal, el volumen de la producción, las estrategias de mercado y el nivel de involucramiento en procesos de innovación tecnológica.

Finalmente, el estado actual de la investigación ha permitido definir los indicadores de competitividad pertinentes para aproximarnos al estudio de los índices de competitividad en las

empresas dirigidas por mujeres en la Región de Xalapa, Veracruz, México. Lo que sin duda contribuyó a establecer la asociación entre las variables de rol de género y de competitividad, así como proponer e instituir un proyecto de intervención, en el marco de la vinculación de la Universidad Veracruzana con el sector empresarial.

REFERENCIAS

- Brenson, G. & López, C. (1995). *Cómo convertir un problema en oportunidad*, Santa Fé de Bogotá: Proyecto BID.
- Etkin, J. (1996). *La empresa competitiva. Grandeza y decadencia. Un cambio hacia una organización viable*. Chile: McGraw-Hill.
- Ferrer Soto, Juliana (2001) *Ventajas competitivas*. Maracaibo, Venezuela: Universidad de Zulia.
- Pelayo Díaz, Yolanda (2002). *Ventajas competitivas*. España: Universidad de Huelva.
- Porter, Michael (1992). *Ventaja competitiva. Creación y sostenimiento de un desempeño superior*. México: CECSA.
- Porter, Michael (1999). *Ser competitivo. Nuevas aportaciones y conclusiones*. España: Deusto.
- Romo Murillo, David & Guillermo Abdel Musik (2005). Sobre el concepto de competitividad. *Comercio Exterior*, 55, 200-214.
- Velásquez, Martha Inés (1995). Serie desarrollo productivo No. 27: Indicadores de competitividad y productividad, revisión analítica y propuesta sobre su utilización. Trabajo realizado bajo un contrato de consultoría de la división de desarrollo productivo y empresarial de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Santiago de Chile: CEPAL.

Páginas de Internet:

- Márquez, P. (2002). *Competitividad en las organizaciones*. <http://www.monografias.com>. pp. 1-3.
- Ministerio de Economía y Finanzas de la República de Uruguay, Matriz de Indicadores de Competitividad. <http://www.mef.gub.uy>
- Rivas, J. (1998). *Globalización y competitividad*. <http://www.monografias.com>. El Salvador.

ANEXO 1. CUESTIONARIO

<p align="center">UNIVERSIDAD VERACRUZANA</p> <p align="center">INSTITUTO DE INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS SUPERIORES DE LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS</p> <p align="center">Número del cuestionario _____</p> <p>Finalidad del cuestionario:</p> <p>Recabar información junto con las mujeres empresarias sobre las variables “del rol de género de las mujeres empresarias de la región de Xalapa” y “los índices de competitividad registrados en sus empresas”, para que con base en los resultados, se lleven a cabo acciones de colaboración en pro de la mejora de sus empresas. Los datos que aquí se concentran serán de uso confidencial. Por su colaboración, ¡gracias!</p>	<p align="center">Codificador</p>
<p>DATOS GENERALES</p> <p>A) DE LA EMPRESA</p> <p>1. Razón social o denominación _____</p> <p>2. Ubicación _____</p> <p>3. Giro _____</p> <p>4. Número de trabajadores (as) _____</p> <p>B) DE LA EMPRESARIA</p> <p>1. Edad _____</p> <p>2. Estado civil _____</p> <p>3. Nivel máximo de estudios _____</p>	<p>Servicio</p> <p>Producto</p> <p>Micro</p> <p>Pequeña</p> <p>Mediana</p>

Variable: rol de género

Indicaciones: Señale en los renglones con una "X" la o las respuestas. Escriba con letra clara la respuesta. En el caso de necesitar más espacio, por favor utilice la parte posterior de la hoja.

Hábitos y costumbres

Grupos sociales

Enseñanza de la madre

1. El significado de ser mujer tiene relación con:

- La cultura
La comunidad
Aprendizaje en la familia
Otros _____

2. ¿Intervienen los factores biológicos de las mujeres en la producción empresarial?

- SÍ
NO

En el caso de seleccionar "Sí", por favor señale con una "X" las siguientes:

- Enfermedades crónicas
Enfermedades agudas
Enfermedades sociales

3. ¿Intervienen los factores culturales de las mujeres en la producción empresarial?

- SÍ
NO

En el caso de seleccionar "Sí", por favor señale con una "X" las siguientes:

- Religión
Costumbres
Otros, ¿cuáles? _____

4. ¿Ha solicitado a las mujeres que trabajan en su empresa examen médico, incluyendo el de gravidez, como requisito indispensable para laborar en tu empresa?

- SÍ
NO

En el caso de seleccionar "Sí", por favor señale con una "X" los conceptos:

- Al inicio
Después de un año laboral
Periódicamente

5. El significado del rol de género tiene relación con:

- Las relaciones interpersonales
Las relaciones grupales normativas
Las diferentes generaciones
El desempeño laboral

6. Desde su punto de vista, ¿existe igualdad de género en su actividad profesional?

- SÍ
NO

En el caso de seleccionar "NO", por favor conteste lo siguiente:

7. ¿Se ha sentido discriminada en el ámbito empresarial por ser mujer?

- SÍ
NO

Mencione algunos ejemplos de discriminación de los que ha sido objeto

8. En su opinión, ¿cuáles son las estrategias competitivas específicas de género que aplican las mujeres para contender en el mercado?

9. ¿Cuáles son los factores de éxito en las empresas dirigidas por mujeres?

10. ¿Considera usted que hay dificultades para que las mujeres trabajen en equipo?

- SÍ
NO

En caso de contestar "Sí", mencione cuáles:

11. ¿Qué porcentaje del personal de su empresa son mujeres?

- Menos de 30 %
50 %
70 %
100%

12. ¿Cuáles son los problemas más comunes en la relación entre sus trabajadoras (mujeres) y usted?

13. ¿Cuáles son los problemas más frecuentes en la relación entre sus trabajadores (varones) y usted?

14. Mencione cómo se organiza para llevar su negocio.

15. ¿Para las decisiones de su empresa toma en cuenta las opiniones de sus trabajadores(as)?

- SÍ
NO

En caso de contestar "NO", mencione las razones:

Toma de
decisiones

Diferentes
opiniones

Liderazgo
coercitivo

Comunicación

16. ¿Combina su ocupación empresarial y laboral con otras actividades?

SÍ
 NO

Planeación
 Organización
 Control

En el caso de seleccionar "SÍ", por favor señale con número el orden de importancia:

Labores del hogar
 Recreación
 Deporte o ejercicio
 Otro trabajo:
 ¿Cuál? _____

Autócrata
 Colaborativo

17. ¿Qué porcentaje representa su aportación económica al presupuesto familiar?

Menos de 30%
 50%
 70%
 100%

Variable competitividad

1. ¿Qué porcentaje de sus ingresos destina a la capacitación de su personal?

Menos del 10%
 Del 10% al 20%
 Mas del 20%

Inversión en capacitación

2. ¿Qué tipo de capacitación le brinda a su personal?

3. ¿Con qué frecuencia capacita usted a su personal?

Una vez al año
 Dos veces al año
 Más de dos veces al año

4. Del total de sus empleados, ¿cuántos reciben capacitación?

Todos
 La mayoría
 Unos cuantos

5. ¿Cuál es el número de trabajadores en total que tiene en su empresa y cómo están distribuidos?

Producción
Administración
Polivalente
Total _____

Organización

6. ¿Cómo asigna usted las cargas de trabajo en su empresa?

7. ¿Cuántos turnos de trabajo maneja en su empresa?

Un turno
Dos turnos
Otros

8. ¿Cuáles son los beneficios que le otorga a sus trabajadores?

9. ¿Qué volumen de producción (servicios o productos) en promedio genera su empresa por día?

10. ¿Qué volumen de ventas de producto o servicio realiza en promedio por día?

11. ¿Cuánto tiempo promedio mantiene usted su mercancía en inventario?

Cada año
Cada dos años
Cada tres años o más

12. ¿Ha realizado modificaciones a los procesos productivos o administrativos que beneficien a su empresa?

- SÍ, en procesos productivos
- SÍ, en procesos administrativos
- SÍ, en ambos
- NO

Sí contesta "SI", mencione cuáles:

13. ¿Cómo obtiene el precio de venta que asigna a su producto?

14. ¿Tiene algún método para obtener su utilidad y/o pérdida en ventas?

15. ¿Qué porcentaje de su flujo de efectivo utiliza para producción?

- Menos de 30%
- De 30% a 50%
- Más de 50%

16. ¿Al terminar su producción ya tiene vendido anticipadamente su producto?

- SÍ
- NO

17. ¿Tiene identificados días y horarios de mayor venta de su producto?

- SÍ
- NO

18. ¿Cómo le afectan las políticas de precios que manejan otras empresas?

19. De las siguientes opciones, ¿cuáles considera usted que son sus ventajas competitivas?

- La ubicación del domicilio de su empresa
- La atención al cliente
- La seguridad pública en el domicilio de su empresa
- Las condiciones de higiene en instalaciones, productos y/o servicios
- La limpieza de su establecimiento
- Las condiciones de iluminación y ventilación del lugar de trabajo de sus empleados
- La infraestructura, comodidad y funcionalidad de sus instalaciones
- Otra: _____

20. ¿Adeuda actualmente alguna cantidad?

- SÍ
- NO

Si contesta "SÍ", pasar a la siguiente; si contesta "NO", pasar a la 22.

21. ¿Qué estrategias ha tomado usted para resolver la deuda?

- Solicitud de préstamo
- Buscar inversionistas
- Otras

22. De acuerdo con su último balance, ¿sus ingresos son mayores que sus costos?

- SÍ
- NO

23. ¿Cubre normalmente sus gastos fijos mensuales?

- SÍ
- NO

Si contesta "NO", ¿podría especificar las causas?

24. ¿En la administración de su empresa usted utiliza nuevas tecnologías?

SÍ
NO

¿Cuáles? _____

NOTA. Cualquier comentario u observación adicional, favor de hacerlo a continuación.

CRITERIOS EDITORIALES

Áreas temáticas de la revista

- Administración de la Innovación y la Tecnología
- Administración de las Tecnologías de la Información
- Descentralización y Participación Social en la Educación
- Administración Educativa y Desarrollo Docente
- Dirección Estratégica y Teoría de la Organización
- Gestión de Instituciones
- Liderazgo
- Recursos Humanos y Cultura Organizacional
- Sociología del Conocimiento
- Productividad y Competitividad
- Pequeñas y Medianas Empresas
- Economía
- Administración Ambiental
- Administración Pública

• **Género de las publicaciones**

Sólo se admiten dos tipos de trabajos:

- 1) Investigaciones con resultados originales producto de tesis de maestría y doctorado y trabajos de investigación individuales o colectivos máximo seis autores.
- 2) Revisiones analíticas sobre el estado del arte de un campo.

• **Formato del artículo**

- Fuente: letra Arial Narrow No. 11, subtítulos en negritas y con mayúsculas
- Márgenes: derecho, izquierdo e inferior 2, superior 2.5
- Texto con interlineado sencillo
- A dos columnas

• **Estructura de los artículos**

Título del artículo	
Nombre del autor o coautores	
Resumen en español e inglés	De tipo informativo (de 50 a 200 palabras). Mencionar: <ul style="list-style-type: none"> • Objetivos y campo de investigación • Métodos empleados y los resultados principales • Relevancia de resultados y conclusiones
Palabras clave en inglés y español:	<ul style="list-style-type: none"> • Cuatro o cinco palabras que resuman claramente el contenido del artículo.
Introducción	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Por qué el tema es de interés? • ¿Cuáles son los antecedentes de soluciones previas? • ¿Cuáles son los antecedentes de soluciones potenciales? • Revisar el estado del arte. • ¿Qué es lo que pretende este trabajo de investigación? • ¿Qué vacío de conocimiento llena y cuál es su originalidad?
Método y materiales	<ul style="list-style-type: none"> • En este apartado se suele citar el objetivo de la investigación, las preguntas de investigación y las hipótesis, el diagrama de variables ex ante, y su asociación teórica que previamente han sido validados empíricamente, el detalle sobre el universo muestra y método de levantamiento de información, datos sobre la validez, la confiabilidad y el horizonte espacial y temporal de la investigación y materiales.
Análisis y resultados	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis e interpretación de las figuras y tablas. • Presentación de los hallazgos más importantes. • Comentar resultados: generalizaciones posibles.
Discusión	<ul style="list-style-type: none"> • Se relatan experimentos, cálculos y pruebas. • Se relacionan con hallazgos previos, se discuten la significación y limitación de las conclusiones. • Demarcar claramente el trabajo de otros previos y ser escrupulosos para incluir evidencias contradictorias. • Explicar las razones posibles, mencionar las razones en su caso de que las hipótesis no han sido validadas. • En caso de usar la especulación, ésta debe seguir un orden riguroso: <ol style="list-style-type: none"> 1) que se identifique plenamente como tal, 2) que esté estrechamente relacionado con la evidencia o teoremas probados, 3) que se exprese en forma concisa y 4) que esté sujeta a examen de futuras investigaciones.
Conclusiones	<ul style="list-style-type: none"> • Mencionar muy sucintamente las principales ideas a forma de recordatorio. • Incluir algunas sugerencias para futuras investigaciones y, si es el caso, incluir un apartado indicando las limitaciones que tuvo la investigación para no conseguir los objetivos inicialmente propuestos
Referencias	<ul style="list-style-type: none"> • Usar el estilo de la American Psychological Association (APA).