

ARTÍCULO ORIGINAL

Análisis de la competitividad empresarial. Estudio comparativo de género en la ciudad de Concepción, Paraguay

Analysis of business competitiveness. Gender comparative study in the city of Concepción, Paraguay

Angela Edda Lizts Navarro Garay¹

<https://orcid.org/0000-0003-1990-4870>

¹ Universidad Nacional de Concepción Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Concepción, Paraguay. E-mail: anavarro_prof@fcea-unc.edu.py

Jessyca Liliana Méndez Argüello

<https://orcid.org/0000-0003-2183-3207>

² Universidad Nacional de Concepción Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Concepción, Paraguay. E-mail: jesli_mendez@hotmail.com

Autor para correspondencia: anavarro_prof@fcea-unc.edu.py

Conflicto de Interés: Este artículo es parte de una tesis presentada para la obtención del título de Magister en Administración y Dirección de Empresas (MADE).

Recibido: 29/12/2020; aprobado: 24/09/2021.



Este es un artículo publicado en acceso abierto bajo una Licencia Creative Commons.

Resumen: La investigación tuvo como objetivo general analizar las diferencias en la gestión entre empresas dirigidas por hombres y mujeres en la ciudad de Concepción, para el efecto, se identificaron las características del microempresario y se buscó relacionar la competitividad de las empresas dirigidas por mujeres con las empresas dirigidas por hombres. Los resultados indican que las empresas de los hombres registran más altos ingresos que el de las mujeres, el valor de los activos de las empresas de mujeres es inferior en 30,3% al de los hombres, el capital aportado por hombres supera en 27,3% a lo aportado por las mujeres, las empresas dirigidas por hombres se diferencian en muchos aspectos al de las mujeres, los índices relativos muestran que las empresas de mujeres en promedio son más rentables que el de los hombres. Un aspecto a resaltar es que las mujeres que participaron del estudio poseen en mayor medida estudios de formación superior al de los hombres.

Palabras clave: Género; competitividad; rentabilidad; utilidad; capital aportado.

Abstract: The overall objective of the research was to analyze the differences in management between companies run by men and women in the city of Concepción, for this purpose, the

characteristics of the micro-entrepreneur were identified and the aim was to link the competitiveness of women-led companies with male-run enterprises. The results indicate that men's companies have higher incomes than women, the value of women's business assets is less than 30.3% that of men, the capital contributed by men exceeds by 27.3% than what is contributed by women, male-led companies differ in many respects from that of women, relative indices show that women's companies on average are more profitable than men's. One aspect to note is that women who participated in the study have more higher-than-male training studies.

Keywords: Gender; competitiveness; profitability; utility; capital contributed.

INTRODUCCIÓN

La igualdad de sexo guarda relación con la eliminación de la pobreza, el acceso a la educación y la salud. En Paraguay la desigualdad de sexo es compartida en ámbitos del mercado laboral, en el ámbito público, en entornos políticos y judiciales, en el ámbito educativo y en el ámbito empresarial. La existencia de más hombres al mando de las empresas delata que las mujeres siguen ocupando menos espacio en las direcciones de las empresas. En la sociedad actual, los valores que tradicionalmente se han considerado propios de la mujer, como la intuición, la comunicación y la empatía, forman ya parte natural del estilo de dirección y de la vida en general. Por otra parte, Pizarro y Guerra (2010), indican que, en la sociedad, las mujeres han ido incrementado sus años de educación, construyendo el camino para una participación dentro de la empresa que conlleve mayores desafíos, y se encuentre basada en mayores conocimientos y talento, sin embargo, ni el nivel de formación ni el talento han sido suficientes para equiparar el escenario de la alta dirección. Las escasas mujeres que han accedido a cargos directivos debieron asumir algunos costos y consecuencias de índole cultural o bien relacionada a la postergación de otros ámbitos importantes de la vida como el cuidado y atención familiar, cuestión que para muchas mujeres es tan fundamental como el desarrollo profesional que deciden emprender. Según OIT, PNUD (2009), sin embargo, se ha observado una correlación entre la mayor cantidad de mujeres que ocupan cargos directivos y en juntas directivas y el aumento de los beneficios para las empresas (rentabilidad del capital, compromiso de los empleados, reputación y gobernanza) (OIT, 2017).

La importancia de la actividad emprendedora de la mujer no es el único motivo por el cual la misma deba ser considerada como un grupo de estudio diferenciado en el campo de la empresa; es el hecho de que el sexo impone a menudo una naturaleza distinta sobre el proceso emprendedor. Teniendo presente lo antedicho, es de suponer que estas características de la mujer tendrán a su vez importantes implicancias sobre la organización y el comportamiento de sus empresas y por lo tanto en la gestión de las mismas. Entonces, dada su importancia en las organizaciones, amerita la necesidad de consignar esfuerzos a lograr una mayor comprensión de la gestión de la mujer desde una perspectiva diferencial.

Este trabajo de investigación pretende contribuir a la literatura con respecto a la relación que existe entre el sexo y la gestión empresarial. Desde el punto de vista de la práctica empresarial, entender como gestionan en las empresas las mujeres y los hombres ayudaría a los emprendedores actuales y potenciales a comprender como el desempeño de su empresa está vinculado con sus características personales como el sexo, permitiéndoles de ese modo anticiparse con más facilidad al futuro, igualmente puede fomentar el desarrollo de programas

de apoyo a mujeres tanto públicos o privados más acordes, destinados a reducir la brecha que existe entre mujeres y hombres en particular lo referente a actividades relacionadas con las empresas.

A nivel organizativo, la incorporación de la mujer a la dirección de las empresas supone la introducción de nuevas formas de gestión de las organizaciones, y con impacto en sus resultados organizativos (Martínez, Olmedo y García 2016, citando a Dezsö y Ross, 2012). Además, los cambios demográficos, sociales, económicos, han determinado que la mujer se capacite y alcance niveles cada vez más altos de formación profesional y participe activamente en los procesos de toma de decisión en organizaciones de todo tipo, sin embargo, todavía resulta escasa dicha participación. En el Paraguay y específicamente en el departamento de Concepción es muy poco el conocimiento sobre la relación entre la diversidad y la gestión de las empresas, concretamente con las diferencias y relaciones de sexo en las organizaciones ya que se perciben ciertas diferencias en los modos de gestionar organizaciones entre hombres y mujeres. Por otro lado, según el Censo Económico Nacional 2011 (DGEEC, 2012), las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) instaladas que representan entre el 65 % y el 68 % del empleo en el país, están ante el reto de aumentar su competitividad, muchas de ellas son consideradas de subsistencia y no competitiva.

En esta investigación se considera a la perspectiva de género como un enfoque comparativo en cuanto a las variables estudiadas, entendiendo que hombres y mujeres poseen características únicas y a la vez diferenciales ya mencionadas en el párrafo anterior. A nivel internacional, la importancia de la gestión desde la perspectiva de género ha motivado un gran interés en diversos ámbitos. En ese sentido, Saavedra y Camarena (2015) analizaron las razones para emprender un negocio, las diferencias entre el nivel educativo de mujeres y hombres emprendedores, las razones por las que las empresas dirigidas por mujeres tienen menores rendimientos que las dirigidas por hombres, la tasa de sobrevivencia de las empresas dirigidas por hombres y por mujeres, las restricciones que enfrentan las mujeres empresarias para acceder a fuentes de financiamiento que les permitan desarrollarse, y la diferencia entre el tamaño de operación de los negocios. Los principales hallazgos muestran que son más las mujeres que los hombres quienes inician un negocio por necesidad; generalmente las mujeres cuentan con un mayor nivel de estudios que los hombres, la tasa de sobrevivencia de las empresas dirigidas tanto por hombres como por mujeres son similares y que el tamaño de operación de los negocios es menor en las empresas lideradas por mujeres.

Por otro lado, muchos estudios acerca de la competitividad de las empresas dirigidas por hombres y mujeres, señalan que las empresas dirigidas por mujeres son menos competitivas, entre las principales razones para esto, se encuentran dos teorías: la del feminismo liberal que sugiere que el pobre desempeño de las empresas dirigidas por mujeres se debe a la discriminación que existe contra ellas y que no le permite acceder a recursos que son importantes para el desarrollo de su empresa, como la educación, la experiencia en negocios o capital financiero y la teoría del feminismo social, que argumenta que el hombre y la mujer son diferentes por naturaleza y por lo tanto la mujer tiene un enfoque diferente en su negocio, dado que tienen diferentes actitudes y valores (Hernández, Camarena y Castanedo, 2009, citando a Fischer, et al., 1993). Según informe de la Secretaría Permanente del Sistema Económico y el Caribe (SELA), las mujeres empresarias desarrollan empresas diferentes a las empresas que desarrollan los hombres lo que obliga a tener políticas y programas orientados a responder a diferentes realidades y necesidades. Las mujeres tienden a tener negocios más pequeños, en

su mayoría, microempresas y en menor medida empresas pequeñas y medianas en términos de ventas y de número de empleados. Generalmente se inician en la informalidad y así se mantienen. Se concentran en sectores de servicios de bajo valor agregado (cuidado del hogar, confección, cosmético, cocina, etc.). Las mujeres inician sus empresas como una forma de conciliar trabajo y familia y toman sus decisiones a partir de criterios diferentes (SELA, 2010).

Powers y Magnoni (2010), citado en Hernández, Camarena y Saavedra (2015), señalan que son notorias las diferencias de género en la productividad de los negocios. Las micro y pequeñas empresas de propiedad de una mujer son menos rentables y productivas que las de propiedad de un hombre. Sin embargo, esta situación cambia a nivel mediano y grande donde las empresas dirigidas por mujeres son tan productivas e incluso más que las dirigidas por hombres. Esta diferencia en rentabilidad, se estaría explicando porque los negocios liderados por hombres se enfocan fuertemente en los aspectos financieros y establecen parámetros de evaluación de inversiones y rentabilidad, mientras que las mujeres empresarias tienen como prioridad la calidad de vida, personal y familiar conformándose con lo necesario para suplir estas necesidades (SELA, 2010), por su parte Escandón Barbosa y Arias Sandoval (2011) encontraron que las empresas dirigidas por hombres obtienen mejores resultados que las dirigidas por mujeres, explicando esta diferencia por la característica de los varones de aceptar mayores riesgos (Hernández et. al, 2015, citando a Fischer, et al. 1993). Por otro lado, Munduate (2003) menciona que en estudios desarrollados para entender la diferencia en cuanto al ejercicio directivo tanto de hombres y mujeres, muestran que el panorama sobre el estereotipo de la función directiva desde la perspectiva internacional, resulta realmente desalentadora para las mujeres. En todos los países analizados en su estudio, al contrastar el rol de 'mujeres directivas' con el de 'hombres directivos', era este último grupo el que más se aproximaba a las características identificadas como clave para el éxito en la función directiva –habilidad de liderazgo, ambición, competitividad, deseo de responsabilidad, maestría en asuntos de negocios, competencia y habilidad analítica.

METODOLOGÍA

Corresponde a una investigación descriptiva, se orientó hacia la presentación de resultados a través de la cuantificación de los datos obtenidos. El diseño de la investigación es no experimental, de corte transversal, la población incluyó a 125 empresas asociadas a la Asociación de Comerciantes e Industriales de Concepción (ACIC) que operan en el sector centro de la ciudad, son propietarios de empresas constituidas legalmente y han superado los 3 años de operación en el mercado. La muestra se estableció en 46 individuos que dirigen estas empresas conforme a los criterios establecidos para la población: poseer al menos 2 años de operación, estar inscripto en el RUC, pagar patente municipal y firmar el consentimiento para participar de la investigación. La misma divide en dos subconjuntos, en partes iguales distribuidos por sexo. El tipo de muestreo aplicado fue el no probabilístico. La técnica de recolección de datos fue la entrevista y el instrumento fue un cuestionario con preguntas semiabiertas. Se realizó un análisis comparativo por sexo, las variables analizadas fueron los rasgos de los empresarios como: la edad, el nivel de formación, la cantidad de empleados que maneja, la antigüedad de su negocio, así como el rubro en el que opera, también la situación de la empresa determinado por: los ingresos, el valor del activo, el capital aportado, la utilidad del negocio y la rentabilidad de la inversión.

RESULTADOS

El rango de edad de los participantes de la investigación está distribuido de la siguiente manera: en el segmento hombres más de la mitad (65%) está en el rango de la edad adulta (de 35 años en adelante), 34% son jóvenes emprendedores; mientras que en el segmento de mujeres un poco más de la mitad (56%) son jóvenes hasta 35 años de edad. Se nota igualmente tomando ambos sexos, que 70% de la muestra posee entre 26 y 45 años, es decir son relativamente jóvenes (Tabla 1).

Tabla 1. Composición por sexo y edad de los participantes de la investigación.

Edad	Hombre	Mujer	Total por edad
a. 18 a 25 años	4%	13%	9%
b. 26-35 años	30%	43%	37%
c. 35 a 45 años	35%	30%	33%
d. Más de 45	30%	13%	22%
Total	100%	100%	100%

En cuanto a otra característica importante: el nivel de formación, la mayoría posee formación universitaria, mientras al distinguir por sexo se destaca que en el segmento hombres, 74% es la prevalencia de la formación universitaria (grado universitario y postgrado), mientras que en el segmento mujeres la mayoría (91%), posee formación académica universitaria, resaltando que el 39% (más del doble del índice de hombres, equivalente a 26 puntos porcentuales) han cursado estudios superiores de Postgrado. Con respecto al nivel secundario se observa que son los hombres quienes más poseen este nivel de formación, mientras que, ninguna mujer posee solo el nivel primario (Figura 1). La formación del empresario es un aspecto importante a considerar en cuanto a la gestión gerencial, principalmente en los aspectos técnicos y conceptuales (Chiavenato, 2014) en las que requiere que el gerente o directivo posea estas habilidades consideradas fundamentales para la formulación de ideas, deducir relaciones abstractas, desarrollar nuevos conceptos, resolver problemas en forma creativa para incorporar innovación y el cambio necesario para el logro de la competitividad de la empresa.

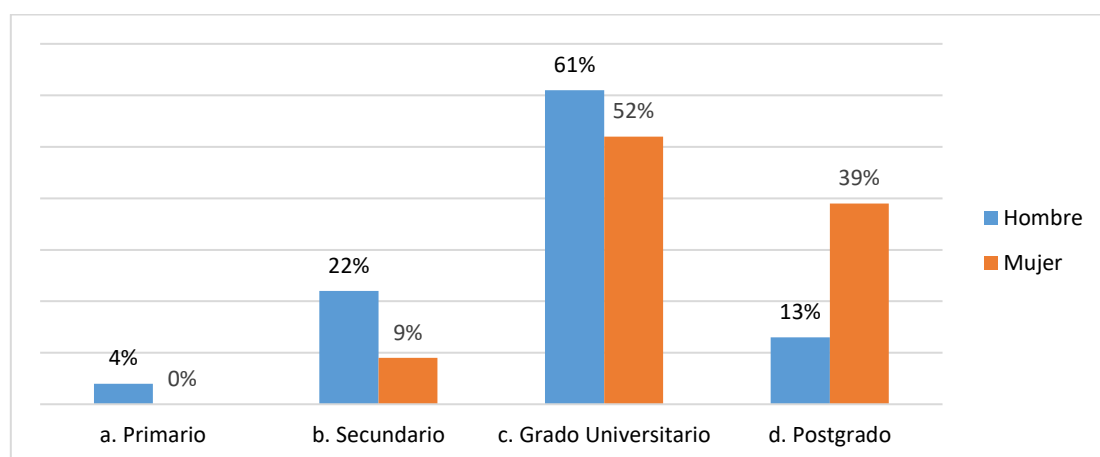


Figura 1. Nivel de Formación por sexo de los participantes.

En referencia a la actividad o rubro del negocio se puede apreciar que los mismos pertenecen a variados sectores (Tabla 2). Las mujeres sobresalen en los rubros típicamente asociados al ámbito femenino como la vestimenta, los servicios personales y el rubro de las ventas mientras que los hombres se destacan en actividades asociadas principalmente al rol masculino como construcciones, distribuidoras, transportes, ferretería y otros. Un punto a destacar es el rubro de gastronomía en el que prevalece el sexo masculino, es decir, existen más empresas gastronómicas en la ciudad que son propiedad de hombres.

Tabla 2. Rubro del Negocio.

Rubro	Mujer	Hombre
Boutique	9%	4%
Comercio (mueblería y electrodomésticos)	8%	4%
Zapatería	4%	
Compra venta de combustible	4%	
Decoración	4%	
Distribuidora	4%	13%
Empresa Privada Educativa	4%	
Empresarial	4%	
Estudio contable anexo librería	4%	
Farmacia	4%	
Gastronomía	4%	13%
Heladería	4%	
Librería	4%	
Panadería	4%	
Ventas de prendas de vestir	4%	4%
Regalería	4%	
Salón de Belleza	4%	
Termos	4%	
Venta de electrodoméstico	9%	
Venta de electrónicos, celulares, informática	4%	4%
Ferretería		9%
Construcción		9%
Transporte		4%
Venta de Repuestos		4%
Hotel		4%
Bodega		4%
Climatizadora de frutas y verduras		4%
Verdulería		4%
Servicios		9%
Minimercado		4%

Otro dato que contribuye a la caracterización de la población participante es la cantidad de empleados que manejan, al respecto, los datos obtenidos se reflejan en la figura 2. El dato más relevante es que la mayoría de hombres y mujeres manejan entre 1 y 10 empleados, mientras que al mirar por sexo se observa que las mujeres dirigen hasta 30 personas, pero en las empresas de los hombres trabajan incluso con más de 50 empleados, este dato (al tomarlo solo en relación a la cantidad de empleados) también revela que el tamaño de las empresas de las mujeres que principalmente son micro y pequeñas, mientras que el de los hombres se encuentran en todas las categorías. En Paraguay la clasificación de empresas por tamaño guarda relación con la cantidad de empleados y la facturación anual (Ley n° 4457/2012).

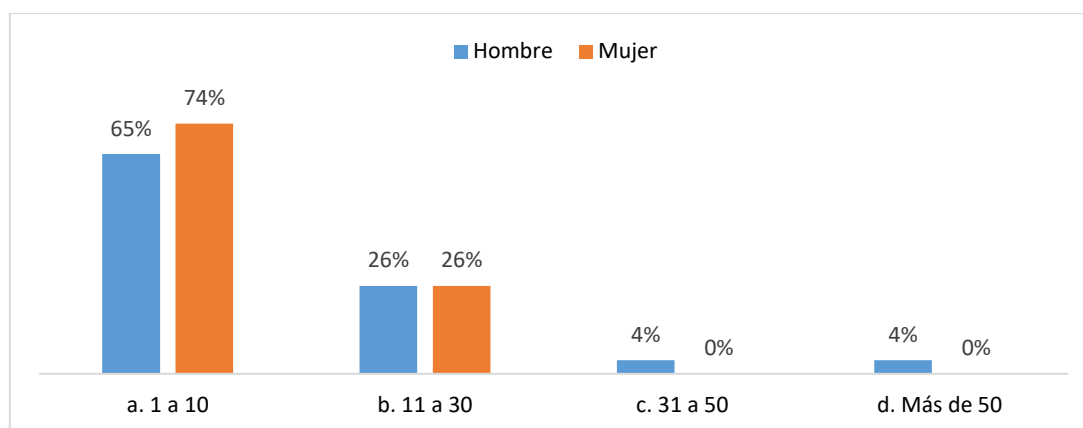


Figura 2. Cantidad de empleados.

En la figura 3, se observa que más de la mitad de las empresas propiedad de mujeres poseen menos de 10 años en el mercado y que 83% poseen hasta 15 años de operación, de igual manera las empresas dirigidas por hombres presentan índices similares (86%) que lo sitúan en el mismo rango de antigüedad en el mercado, es decir hasta 15 años. En igual proporción (9%) las empresas de hombres y mujeres poseen de 15 a 25 años y solo el 4% de ambos segmentos son empresas con permanencia de 25 a 35 años en el mercado.

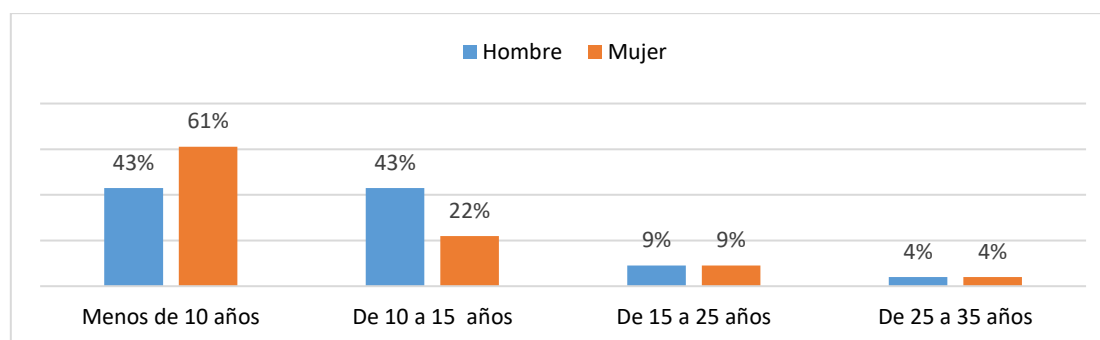


Figura 3. Antigüedad de la empresa en el mercado según género.

Se nota en la figura 4, que las empresas propiedad de mujeres poseen mayoritariamente ingresos que corresponden al tipo de microempresas, es decir, poseen ingresos hasta 500 millones de guaraníes según la tipificación de la Ley n° 4457/12, sin embargo, se observa que las empresas manejadas por hombres poseen mayoritariamente ingresos que corresponden al tipo de pequeña empresa. En referencia al rango de ₡.1.000.000.000 y ₡.2.500.000.000, las empresas de los hombres poseen mayores índices en relación a las mujeres, esto podría explicarse por lo mencionado por Powers y Magnoni (2010), citado en Hernández et al. (2015), sobre las diferencias en la toma de decisiones financieras entre hombre y mujer, que también consideran Escandón Barbosa y Arias Sandoval (2011), que refiere a la característica de los varones de aceptar mayores riesgos.

Se observa en la tabla 3, que en el rango de 100 a 500 millones de guaraníes es el valor estimado en mayor proporción en ambos grupos, sin embargo, al analizar por sexo se constató que el valor de los activos de las empresas manejadas por los hombres oscila los ₡. 1.500.000.000, aproximadamente USD 250.000, promediando un valor de ₡ 996.521.739, mientras que en un mayor porcentaje el valor del activo de empresas manejadas por mujeres asciende a ₡. 300.000.000 (USD 50.000), promediando un valor de ₡.694.347.826. Según King

(2003) existen cuatro conceptos principales relativos al valor de los activos: El valor estimado por el propietario, el valor de mercado, el valor razonable y el valor fiscal.

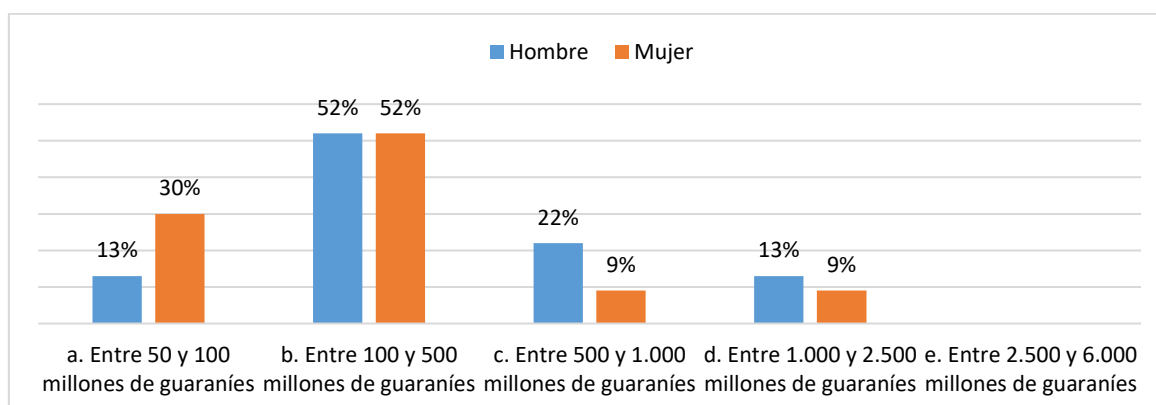


Figura 4. Ingresos anuales por sexo del empresario.

Tabla 3. Comparación del valor del activo.

Valor del Activo	Hombre	Mujer
10 a 50 millones guaraníes		17%
100 a 500 millones guaraníes	57%	48%
550 a 1.500 millones guaraníes	26%	26%
2.000 a 2.500 millones guaraníes	13%	4%
5.000 millones y más guaraníes	4%	4%
Total	100%	100%

Es importante mencionar que en la investigación se evidencia que los datos relativos al valor de los activos corresponden a valores estimados por los propietarios. Al realizar la comparación por sexo del propietario de las empresas, se observa que el valor de los activos de las empresas manejadas por las mujeres es inferior en promedio en ₡ 302.173.913 (USD 46.318,96) a las empresas dirigidas por hombres, es decir existe un índice del 30,3% inferior al valor de los activos de las empresas manejadas por hombres, este valor emitido por el propietario de la empresa se basa en la idea de valor que representa el negocio para sí mismo (King, 2003), siguiendo las ideas del autor, se nota que los hombres estiman sus activos en valores superiores, también este dato guarda relación con el rubro del negocio desarrollado, lo que implica mayores inversiones que aquellos emprendimientos desarrollados por mujeres en coincidencia con el informe de la Secretaría Permanente del Sistema Económico y el Caribe (SELA, 2010). En Concepción, Paraguay, las mujeres tienden a tener negocios más pequeños, en su mayoría, microempresas y en menor medida empresas pequeñas y medianas, se dedican mayoritariamente a atender sectores de servicios de bajo valor agregado (peluquería, confección, cosmético, cocina, etc.). Por otro lado, se debe considerar la forma en que surgen generalmente las empresas de mujeres, que es en el seno de las familias y con recursos aportados, la mayoría de las veces por los propios integrantes (Culebro, Martínez y Cerda, 2009), muchas de las mujeres emprenden un negocio para contribuir al ingreso familiar.

La investigación revela que mayoritariamente el monto del capital aportado en relación a las empresas manejadas por los hombres es de ₡. 500.000.000, en promedio ₡. 263.695.652, en contrapartida las empresas manejadas por las mujeres aportan mayoritariamente ₡.

150.000.000, en promedio ₡. 207.086.957 (Tabla 4). Es esencial resaltar que la cantidad aportada depende del tipo de negocio a emprender y también del acceso a financiamiento que tienen las empresas, dependiendo de la forma que adopta, el capital puede ser una suma de dinero invertida con la intención de aumentarla, un patrimonio de bienes y valores, o un conjunto de medios de producción. Existen emprendimientos que necesitan de una mayor infraestructura (una estación de servicios, una distribuidora de productos cárnicos o lácteos) en relación a otros emprendimientos como por ejemplo una consultora, una tienda de ropas etc. Los datos revelan que en promedio el capital aportado en las empresas dirigidas por hombres supera en 27,3% a las empresas dirigidas por mujeres. Según SELA (2010), las mujeres en América Latina y el Caribe, en su mayoría, son empresarias por necesidad más que por vocación, por ello sus inversiones son modestas, dado que no suelen contar con un capital importante, y recurren a sus propios recursos. Se puede afirmar con estos datos que los hombres han aportado más capital que las mujeres para iniciar un negocio, esto se relaciona con el rubro del negocio de los mismos ya que las distribuidoras, empresas de construcción, ferreterías, etc. requieren mayor aporte de capital para la realización de inversiones.

Tabla 4. Comparación del capital aportado.

Hombre		Mujer	
Monto aportado	Frecuencia	Monto Aportado	Frecuencia
₡ 30,000,000	4%	₡ 8,000,000	4%
₡ 40,000,000	4%	₡ 20,000,000	9%
₡ 45,000,000	4%	₡ 25,000,000	4%
₡ 50,000,000	13%	₡ 30,000,000	4%
₡ 60,000,000	4%	₡ 40,000,000	4%
₡ 70,000,000	4%	₡ 50,000,000	9%
₡ 100,000,000	9%	₡ 100,000,000	9%
₡ 120,000,000	4%	₡ 120,000,000	4%
₡ 150,000,000	13%	₡ 150,000,000	17%
₡ 200,000,000	4%	₡ 200,000,000	9%
₡ 300,000,000	9%	₡ 250,000,000	4%
₡ 500,000,000	17%	₡ 300,000,000	13%
₡ 600,000,000	4%	₡ 800,000,000	4%

En la tabla 5, se muestra que en un mayor porcentaje (22%) las utilidades de las empresas manejadas por los hombres ascienden ₡100.000.000 anualmente, promediando un valor de ₡ 265.869.565, mientras que las empresas de mujeres muestran mayor porcentaje en utilidades anuales de ₡ 100.000.000, promediando un valor de ₡ 169.478.261. Al realizar la comparación por sexo del propietario de las empresas, se observa que el valor de las utilidades anuales de las empresas manejadas por las mujeres es inferior en promedio en ₡ 96.391.304 a las empresas dirigidas por hombres, es decir existe un índice del 36 % inferior al valor de las utilidades de las empresas manejadas por hombres. En ese sentido, según el informe del Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (BIRF) (2010), citado en Camarena, Saavedra y Hernández (2015), en América Latina y el Caribe las empresas dirigidas por mujeres registran menos utilidades que la de los hombres, por lo que la mediana de las utilidades es menor entre un 30% y 70%, se observa también que las utilidades son variables dependiendo del ramo que se trate. Los rubros que alcanzan mayor utilidad en el estrato de mujeres son en el siguiente orden: venta de combustible, distribuidora, gastronomía, salón de belleza, librería, mueblería y

electrodomésticos y boutique, siendo boutique el rubro que más se repite en ese estrato, mientras que en el caso de los hombres se registran en el siguiente orden: las distribuidoras, ferreterías, transporte, construcción, venta de repuestos y hotelería, siendo el rubro de distribuidora uno de los que más se repite en el segmento hombre.

Tabla 5. Comparación de la utilidad anual.

Hombre		Mujer	
Utilidad anual	Frecuencia	Utilidad anual	Frecuencia
Ø 8,000,000	4%	Ø 25,000,000	4%
Ø 10,000,000	4%	Ø 30,000,000	4%
Ø 20,000,000	4%	Ø 50,000,000	9%
Ø 30,000,000	4%	Ø 55,000,000	4%
Ø 35,000,000	9%	Ø 95,000,000	4%
Ø 50,000,000	4%	Ø 100,000,000	17%
Ø 100,000,000	22%	Ø 120,000,000	13%
Ø 180,000,000	4%	Ø 150,000,000	9%
Ø 200,000,000	9%	Ø 200,000,000	9%
Ø 240,000,000	9%	Ø 250,000,000	4%
Ø 250,000,000	13%	Ø 500,000,000	4%
Ø 300,000,000	9%	Ø 800,000,000	9%
Ø 800,000,000	4%	Ø 1,000,000,000	9%

El resultado muestra que en el segmento de empresas propiedad de hombres en mayor proporción el coeficiente de rentabilidad sobre la inversión alcanza 0,40, promediando un valor del 31%. En relación al segmento mujeres muestra que son varios los coeficientes que poseen el mayor porcentaje, comenzando por 0,13, pasando por 0,30 y llegando a 0,70., promediando un valor del 40%, se puede afirmar que en ciertos rangos las empresas propiedad de mujeres son más rentables que la de los hombres y que en promedio lo supera en 7 puntos porcentuales a pesar del menor capital aportado en sus empresas y de operar en menores rubros de valor agregado que el segmento masculino (Tabla 6). En ese sentido se debe tener en cuenta que, al aportar un menor capital, poseer menores activos, generan menores utilidades para el retorno de la inversión. Sin embargo, hay que acotar que siendo el retorno sobre la inversión un índice relativo es evidente que en el caso de las mujeres por más que el coeficiente sea mayor que el de los hombres no significa que las rentabilidades en números absolutos de las empresas de estas se traduzcan en montos mayores.

Tabla 6. Comparación de la rentabilidad de la inversión.

Hombre		Mujer	
Rentabilidad	Frecuencia	Rentabilidad	Frecuencia
0.05	4%	0.10	4%
0.06	4%	0.13	9%
0.10	4%	0.15	4%
0.13	9%	0.16	4%
0.17	4%	0.20	4%
0.20	4%	0.25	9%
0.25	4%	0.29	4%
0.26	4%	0.30	9%
0.27	4%	0.31	4%
0.29	4%	0.33	9%
0.30	4%	0.36	9%
0.32	4%	0.67	9%
0.33	4%	0.70	9%

Además, es importante mencionar que los rubros que reportan mayor rentabilidad sobre la inversión en el estrato de mujeres son el de la artesanía, salón de belleza, gastronomía, decoración, estudios contables, boutique, mientras que en el caso de los hombres venta de artículos informáticos, las distribuidoras, son las verdulerías y fruterías, y las ferreterías. El promedio generado es un punto bastante importante a considerar ya que en el mercado financiero de la Ciudad de Concepción las rentabilidades de otros activos como depósitos de ahorro a plazo, certificados de depósitos son menores a los hallados en esta investigación. El indicador utilizado (utilidad neta/activo total) según Guajardo y Andrade (2012), refleja la efectividad de la administración para obtener el máximo rendimiento sobre la inversión, la cual está integrada por los activos totales. En ese sentido se puede observar que en promedio los resultados arrojados son bastantes razonables para el mercado local.

CONCLUSIÓN

Los datos aportados permiten concluir que las empresas propiedad de mujeres poseen mayoritariamente ingresos que corresponden al tipo de microempresas, es decir, poseen ingresos anuales hasta 500 millones de guaraníes, mientras que, el de los hombres se encuentran en mayor proporción en el segmento de pequeña empresa. El valor de los activos de las empresas manejadas por las mujeres es inferior en promedio en ₡ 302.173.913 a las empresas dirigidas por hombres, es decir existe un índice del 30,3% inferior al valor de los activos de las empresas manejadas por hombres. En promedio el capital aportado en las empresas dirigidas por hombres supera en 27,3% a las empresas dirigidas por mujeres, el coeficiente de rentabilidad sobre la inversión en las empresas de los hombres promedian un valor del 33% mientras que el de las mujeres obtuvo un promedio del 40%, superando en 7 puntos porcentuales al de los hombres, se puede afirmar que en ciertos rangos las empresas propiedad de mujeres son más rentables que la de los hombres a pesar del menor capital aportado, menores activos y de operar en rubros de menor valor agregado, en cuanto a las utilidades se observa que en las empresas propiedad de mujeres existe un índice del 36 % inferior a las empresas manejadas por hombres. La formación del directivo independientemente al sexo juega un rol importante, en este trabajo se encontró que las mujeres empresarias poseen una formación de nivel superior en mayor medida que los hombres. Sería recomendable que las Políticas de Fomento al Emprendimiento en el país consideren acciones de capacitación y programas económicos para mujeres empresarias, de igual manera, se recomienda una mayor difusión de los programas existentes para la inclusión de las mujeres empresarias del interior del país, también considerar la conveniencia de que los programas de fomento económico consideren apoyos focalizados y/o priorizar aquellos sectores que presentan mayores potencialidades.

CONTRIBUCIÓN DE LOS AUTORES

Idea, elaboración del proyecto, recolección de datos, revisiones finales, y aprobación para publicación: Angela Edda Lizts Navarro Garay; Análisis de datos: Jessyca Liliana Méndez Argüello; Revisión de literatura (estado del arte), metodología, presentación de los resultados, discusión y conclusiones, redacción (borrador original): Angela Edda Lizts Navarro Garay y Jessyca Liliana Méndez Argüello.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Culebro, H., Martínez, K., y Cerda, A. (2009). *Empresas de mujeres = Empresas exitosas*. México: Instituto Nacional de las Mujeres.
- Chiavenato, I. (2014). *Introducción a la teoría general de la administración* (8va. ed.). México: Mc Graw Hill Interamericana Editores.
- DGEEC. (2012). *Censo Económico Nacional 2011: Micro y pequeñas, medianas y grandes unidades económicas, situación económica de Paraguay*. Recuperado en www.dgecc.gov.py/boletines
- Escandón Barbosa, D., y Arias Sandoval, A. (2011). Factores que componen la competitividad de las empresas creadas por mujeres y las relaciones entre ellos. *Cuadernos de Administración*, 24(42), 165-181. doi:<https://doi.org/10.11144/Javeriana.cao24-42.fqcc>
- Guajardo, G., Andrade, N. (2012). *Contabilidad para no Contadores* (2ª ed.). México: Mc Graw Hill Interamericana Editores.
- Hernández, C., Camarena, M., & Castanedo, B. (2009). *Para las mujeres no todo el poder, pero sí todo el trabajo*. México: UNAM FCA. Ediciones y Gráficos EON. ISBN: EÓN 978-607-7519-21-8.
- Hernández, L., Camarena, M., Saavedra, M. L. (2015). *La competitividad de las empresas dirigidas por hombres y mujeres*. Recuperado de <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xx/docs/11.09.pdf>
- King, K. (2003). *The Valuation and Exploitation of Intangible Assets (La valoración y la explotación de los activos intangibles)*, publicado por EMIS en junio de 2003. sitio Web: www.valuation-consulting.co.uk
- Ley n° 4457/12. (2012). *Para las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES)*. Recuperado de <http://www.bacn.gov.py/leyes-paraguayas/8272/leyn-4457-para-las-micro-pequenas-y-medianas-empresas-mipymes>
- Martínez, I., Olmedo I., y García L. (2016). *Diferencias de género en el estilo de liderazgo en las cooperativas de enseñanza*. Recuperado de <http://ciriec.es/wpcontent/uploads/2016/10/comun-172-t11-martinez-olmedogarcia-ok.pdf>
- Munduete, L. (2003). Género y liderazgo: Diferencias entre hombres y mujeres en el acceso a los puestos directivos. *Revista de Psicología Social*, 18(3), 0-0.
- OIT. (2015). *La mujer en la gestión empresarial, cobrando impulso: Informe mundial*. Ginebra: OIT.
- OIT. (2017). *La mujer en la gestión empresarial, cobrando impulso: Informe para América Latina y el Caribe*. Ginebra: OIT.
- OIT, PNUD. (2009). *Trabajo y familia: Hacia nuevas formas de conciliación, con corresponsabilidad social*. Recuperado de http://oit.org.pe/WDMS/bib/publ/documentos/trab_familia [OIT-PNUD].pdf
- Pizarro, O., y Guerra, M. (2010). *Rol de la mujer en la gran empresa*. Chile: Centro de Estudios Empresariales de la Mujer (CEEM) Banco Interamericano de Desarrollo.
- Saavedra, M. L., y Camarena, M. E. (2015). *Retos para el emprendimiento femenino en América Latina*. Recuperado de <http://www.unilibre.edu.co/CriterioLibre/23/retospara-el-emprendimientofemenino-en-america-latina.pdf>
- SELA. (2010). *Desarrollando mujeres empresarias: La necesidad de replantear políticas y programas de género en el desarrollo de Pymes*. Recuperado de <http://www.sela.org/media/268540/desarrollando-mujeres-empresariaspymes.pdf>