

Perfil de la mujer empresaria en Puerto Rico en la zona metropolitana

## **Resumen**

Perfil de la Mujer Empresaria de Puerto Rico en la Zona metropolitana es un estudio enfocado en destacar las características que distinguen a las mujeres empresarias, al igual que las dificultades que puedan encontrar, antes y durante el desarrollo de su negocio. La investigación es descriptiva y comparativa a su vez, ya que es una ampliación del estudio realizado por la Dra. Virgin Dones en la zona este de Puerto Rico con el propósito de comparar ambos resultados. La población seleccionada fueron las mujeres con negocios en la zona metropolitana de Puerto Rico. La muestra fue de 30 mujeres empresarias. Como resultado quedó demostrado que la mayoría de las mujeres son dueñas de pequeñas empresas con negocios de cinco años y con un promedio de 2 empleados. Ellas no tienen en su plan realizar grandes cambios a su negocio por el momento. Se encontraron características y necesidades que difieren por la ubicación de los negocios.

**Palabras Claves:** empresarismo, pequeño negocio, empresaria

## Introducción

La incorporación masiva de las mujeres al ámbito público fue descrita por algunas investigadoras (; Heller, 2010; Kanter, 1977) como la revolución social silenciosa más importante del siglo XX. Según Jackie Piatt (2012), en todo el mundo las mujeres empresarias cada vez son más visibles, al establecer e impulsar sus negocios hasta convertirlos en grandes empresas pequeñas o globales. Sin embargo el potencial de la mujer está todavía lejos de concretarse en su totalidad. Tanto en los países desarrollados, como los en vías de desarrollo, las posibles mujeres empresarias necesitan tener mejor acceso a la formación y a los recursos técnicos y de capital, así como una mayor exposición a las oportunidades de negocios en la gran cadena global de suministros. En el 2010, Heller argumentó que la alternativa emprendedora y el autoempleo se convierten en muchos casos en una estrategia de supervivencia, sobre todo en períodos de crisis y desempleo, para aquellas que no encuentran otra forma de obtención de ingresos.

Las preguntas seleccionadas para el desarrollo de nuestro estudio son:

- ¿Qué características distinguen a las mujeres empresarias de la Zona Metropolitana de Puerto?
- ¿Qué dificultades o obstáculos enfrentan las empresas dirigidas por mujeres en la zona metropolitana de Puerto Rico?

Esta investigación es una ampliación de la investigación, *Perfil de la Mujer Empresarial de Puerto Rico Zona Este – centro*, por la Dra. Virgin Dones.

La mayor limitación para esta investigación es el tiempo, ya que se debe terminar antes de 3 meses aproximadamente. Hasta el momento no se ha tenido que incurrir en ningún gasto ya que las distintas fuentes para encontrar la información están accesibles. La muestra de la investigación son mujeres empresarias de la zona metropolitana de Puerto Rico. Los aspectos a estudiar son las características que poseen estas mujeres, como desarrollan su empresa y que obstáculos enfrentan o han enfrentado en algún momento. La encuesta, la cual fue el instrumento seleccionado, que se utilizará es la misma creada e implementada por la Dra. Virgin Dones en su estudio de la zona Este de Puerto Rico. El resultado de formulario junto con los demás datos recopilados nos dará a conocer el resultado oficial de la investigación.

## **Revisión de literatura**

Empresaria es aquella mujer que es propietaria y que además contrata por lo menos un trabajador asalariado dentro de su negocio (Heller, 2010; Zabludovsky, 2001). Sin embargo para Arias (citado en Heller, 2010) son aquellas que han encabezado o compartido la dirección de negocios estables, a los que han dedicado más de cinco horas al día y que emplean de manera regular más de cinco trabajadores o trabajadoras asalariadas. Estas mujeres han desempeñado en su momento histórico y en sus sociedades respectivas, funciones económicas distintas de las tradicionales, que han resultado innovadoras y dirigentes de negocios de variada índole o magnitud, pero que van más allá del trabajo individual y de la estrategia de supervivencia.

Heller (2010) explica que las empresarias por varios años desempeñaron actividades consideradas tradicionalmente como femeninas y que pertenecen al sector terciario de la economía, educación, comercio y servicios; no obstante, presentan una reciente tendencia a incorporarse en sectores manufactureros. La “preferencia” de las mujeres por el comercio y servicios puede estar influida por las limitaciones que imponen otros sectores y las menores

exigencias en términos de capital inicial e infraestructura que requiere esta rama de actividad (Heller, 2010; Valenzuela, 2005).

En *Mujeres Empresarias, Sociedades emprendedoras* (2012) se dice que las mujeres inician negocios en su mayor parte por las mismas razones que los hombres: crear riqueza, capitalizar sus ideas y ser sus propias jefas, según un estudio de la Fundación Kauffman en 2010. En los países más pobres las mujeres inician negocios debido a la necesidad económica. También resalta que en las últimas décadas, la atención se ha centrado en el desarrollo de microempresas lideradas por mujeres, no sólo como una forma para salir de la pobreza, sino también como un medio de empoderamiento económico de la mujer.

Un estudio realizado por el Banco Mundial (“Mujeres Empresarias: Barreras y Oportunidades, 2010) se encontró como factor principal de la creación de un negocio es la necesidad, ya sea por la falta de oportunidades en el mercado laboral y la necesidad complementar el ingreso. También se destacó el factor de atracción, el cual se basa en la necesidad de tener flexibilidad, seguir una vocación y habilidad o capitalizar un área específica del mercado.

La información referida a niveles de escolaridad de lo/as empleadoras revela que las mujeres presentan mayores niveles de educación que los varones (Heller, 2010; Zabloudsky, 2001; Daeren, 2000), al igual que demuestran que las mujeres empresarias son más jóvenes y más educadas.

## **Objetivos**

A través de esta investigación se busca destacar las características de la mujer empresarial, en principal las mujeres de la zona metropolitana de Puerto Rico. Los pueblos que se consideraron para realizar el estudio son San Juan, Bayamón y Guaynabo.

A pesar de que la cifra de empresas dirigidas por mujeres han aumentado en los últimos años (de la Paz, 2011), todavía existen muchos obstáculos, como el financiero, que impiden el amplio desarrollo de dichas empresas.

Los objetivos de esta investigación son:

- Explorar el perfil de las mujeres empresarias en los pueblos de San Juan, Bayamón y Guaynabo.
- Resaltar las limitaciones y/o obstáculos que enfrentan en el proceso de comenzar su empresa y/o durante el desarrollo de la misma.
- Comparar los resultados de un estudio realizado en el área Este de Puerto Rico con los obtenidos en la zona metropolitana.

## **Metodología**

Esta investigación se clasifica como una cuantitativa. Con la metodología cuantitativa se busca generalizar y normalizar los resultados. Las características de interés son las mujeres en el ámbito empresarial en la zona metropolitana. La modalidad de la investigación es una básica. López (2012) explica que es donde se establece la problemática y se justifica la necesidad de hacer una investigación al respecto. Se revisa la literatura existente de la Dra. Virgin Dones, para la búsqueda de nuevos datos, analizarlos y llegar a nuevas conclusiones y recomendaciones.

Este tipo de investigación es una descriptiva y a su vez comparativa. Se considera descriptiva ya que se está presentando las características y rasgos de la mujer empresarial en la zona metropolitana. A demás resaltar las limitaciones y obstáculos que enfrentan en el proceso de comenzar su empresa. A su vez se realiza una comparación en los resultados obtenidos por la Dra. Virgin Dones en su estudio, *Perfil De La Mujer Empresarial de Puerto Rico zona Este-Centro*, con los obtenidos por las investigaciones en el estudio realizado en la zona

metropolitana.

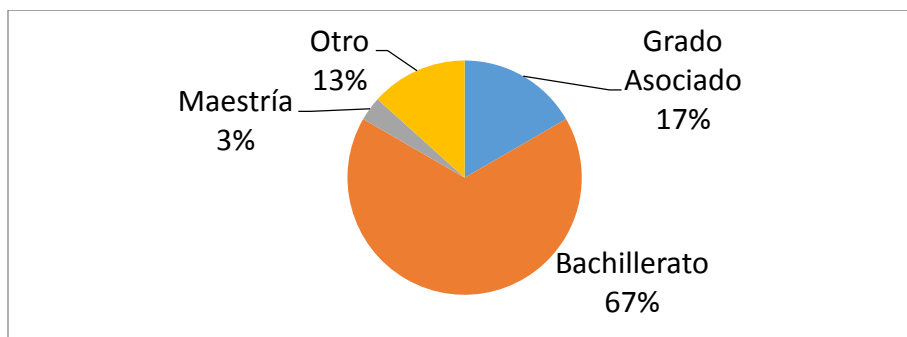
La población de esta investigación fueron mujeres con negocios establecidos en los pueblos de Guaynabo, Bayamón y San Juan. Por la limitación sobre el tiempo de requerimiento de la investigación, la investigadora decidió obtener una muestra no estadística, obteniendo al final 30 respuestas por parte de mujeres empresarias de dichos pueblos.

El cuestionario utilizado fue el diseñado y validado por la Dra. Virgin Dones para su estudio sobre el área este – central de Puerto Rico. El instrumento se dividió en dos partes: “en la primera parte, se incluyeron aseveraciones dirigidas a obtener la información en torno al tema objeto de estudio; mientras que en la segunda parte, se recopilaron los datos demográficos de la muestra”. (Dones, 2014). El mismo se distribuyó vía WEB, para de esa manera poder llegar de forma más precisa a nuestro grupo de estudio.

## **Resultados**

En este capítulo se presentan y se analizan los hallazgos del estudio sobre el perfil de la mujer empresaria en la zona metropolitana. El mismo tuvo como objetivo resaltar las limitaciones y los posibles obstáculos que enfrentan en el proceso de comenzar su empresa o durante el desarrollo de la misma. Además de comparar los resultados con el estudio realizado en el área Este de Puerto Rico por la Dra. Virgin Dones con los de la zona metropolitana. La muestra final obtenida fue de 30 mujeres empresarias. Según los datos obtenidos un 50% de las mujeres encuestadas se encontraban entre la edad de 21 a 30 años, seguido de un 40% que tenían de 31 a 50 años. El 47% de las encuestadas tienen establecido su negocio en el pueblo de San Juan, seguido del 30% que se encuentra en el pueblo de Guaynabo.

De acuerdo con la información recopilada se comprueba que las empresarias son mujeres educadas. El 67% de ellas han obtenido un grado de Bachillerato, mientras que un 17% tiene un Grado Asociado.

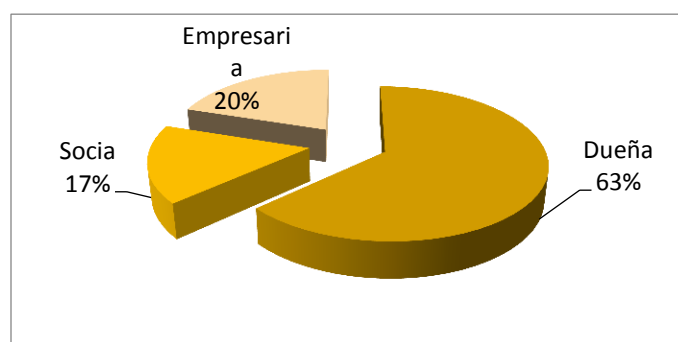


La gran mayoría (77%) de las mujeres que participaron en el estudio se encuentran casadas, mientras que un 13% de ellas actualmente se encuentran solteras y un 10% divorciadas.

El 83% de las mujeres participantes tienen hijos y de ellos el 52% están entre las edades de 11 a 16 años, mientras que el 40% tienen entre 5 a 10 años. El 92% de las encuestadas tienen de 1 a 3 hijos sin ningún otro dependiente.

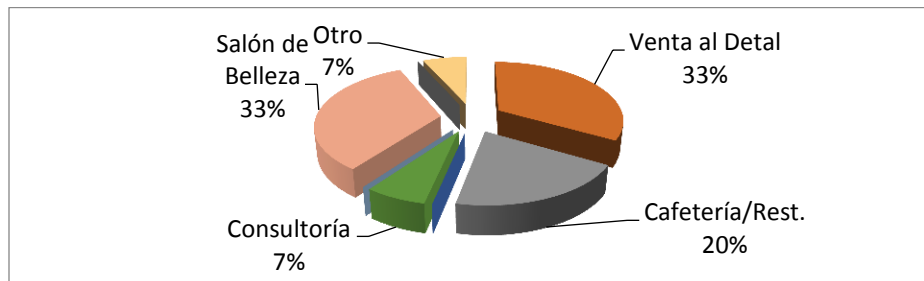
## Discusión de los resultados

El 63% de las encuestadas respondieron ser dueñas propias de sus negocios, mientras que el 20% respondieron ser empresarias.

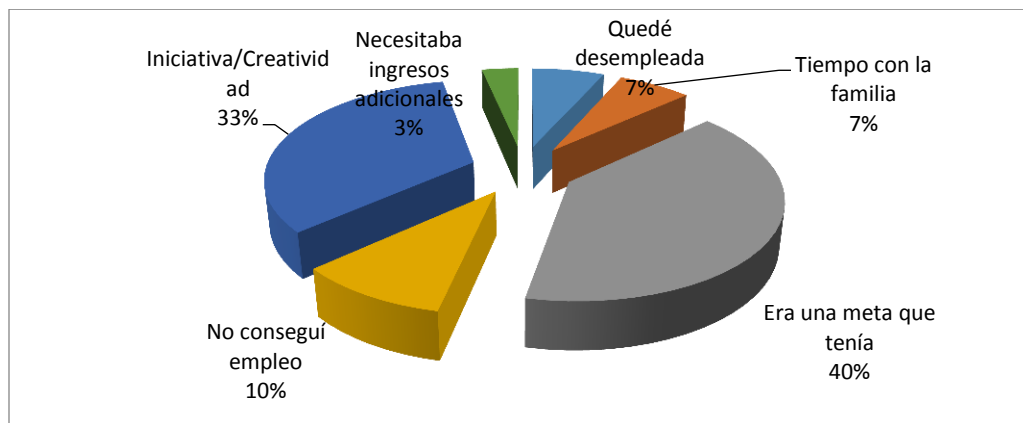




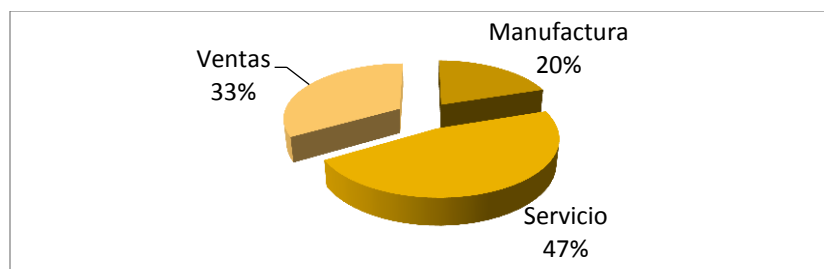
El 33% de las encuestadas dicen ser dueñas de salones de belleza y negocios de ventas al detal, mientras que el 20 % son cafeterías o restaurantes.



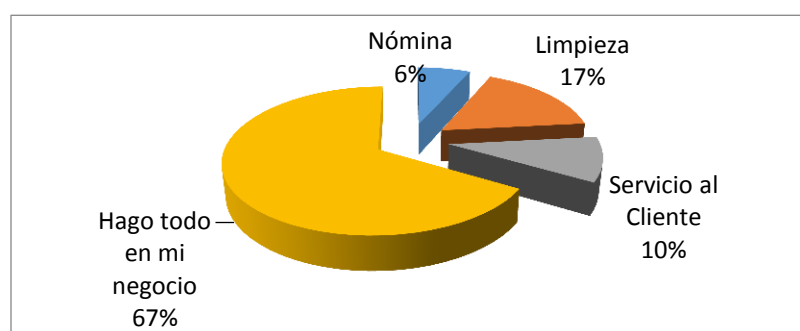
El 40% de las encuestadas tenía como meta el estableces un negocio propio, mientras que el 33% lo creo mediante una iniciativa propia.



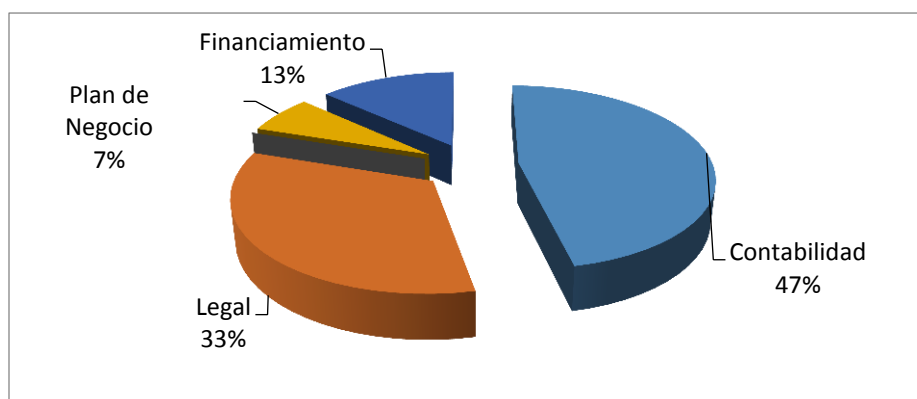
El 47% de los negocios se encuentran relacionados al área de servicios, mientras que el 33% y el 20% a las áreas de ventas y manufactura respectivamente.



El 67% de las mujeres participantes realizan la mayoría de las actividades en su negocio, mientras que el 10% solo se dedica a servicio al cliente.

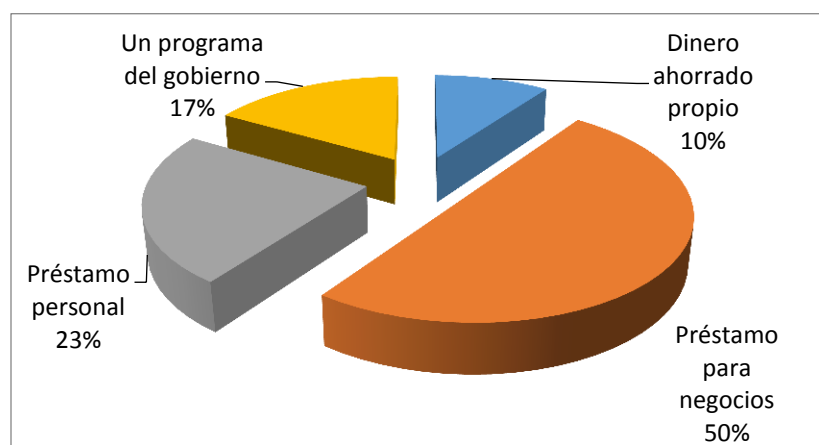


Las áreas donde se requiere más apoyo lo son la contabilidad (47%) y Legal con un 33%.

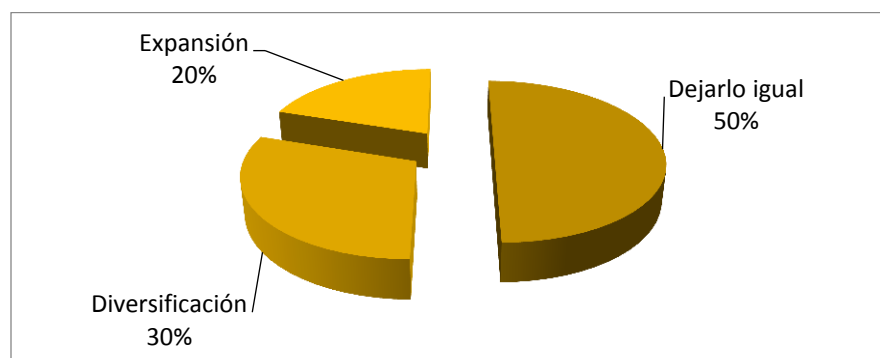


El 47% de los negocios se han mantenido operando por un término de 5 años. La gran mayoría de las mujeres encuestadas (55%), respondieron que tienen al menos 2 empleados adicionales trabajando con ellas. El volumen de ventas al año se estima entre los \$25,000 a \$28,500 entre todas las participantes del estudio. Un 15% de ellas dice tener un salario de \$10,000.

El 55% de ellas coincidieron en que tuvieron problemas al obtener los permisos requeridos por el gobierno a la hora de establecer su negocio. Además aceptaron en que buscaron distintos tipos de orientaciones legales y financieras para poder hacer del proceso uno más rápido y llevadero. El 45% aseguró el haber obtenido ayuda por parte del Gobierno, entre ellas préstamos y asesoría.



El 50% de las participantes financiaron su negocio a través de los préstamos para negocios, mientras que el 23% solicitaron préstamos personales y el 17% mediante programas del gobierno. Los bancos más mencionados entre las encuestadas fueron el Banco Gubernamental de Fomento y Banco Popular.



El 50% de las mujeres participantes prefieren dejar su negocio tal cual está establecido, sin embargo el 30% de ellas busca la diversificación.

### III. Zona Metropolitana vs Zona Este – central

Estos resultados que fueron recopilados serán comparados con los obtenidos en el estudio de la zona Este – central de manera general. En el estudio realizado en la zona metropolitana el 50% de las mujeres se encuentran entre los 21 a 30 años de edad. El 77% de ellas son casadas y la mayoría respondió que tienen de 1 a 3 hijos. A nivel de preparación académica, el 67% tienen bachillerato y el 17% grados asociados. En comparación con el estudio realizado por la Dra. Virgin Dones (2014), ella encontró:

“Relacionados a los datos demográficos de las participantes el 46% se encuentran entre las edades de 31 a 50 años, mientras que el 27% están entre las edades de 21-30 años. Es relevante mencionar que el 59% son casadas y la mayoría tienen entre uno y dos hijos (25% y 26%, respectivamente). En términos de la preparación académica la mayoría tienen grados asociados (25%) y bachilleratos (37%) y su ingreso por salario es de menos de \$10,000.00 (25%). “

Mientras que el 63% de las participantes son dueñas de los negocios, en el estudio realizado por Dones (2014), el 45% de las participantes resultaron ser empresarias, lo que significa que ellas crearon el negocio desde el principio. En ese mismo estudio se demostró que el 45% son de ventas al detal, mientras que en este estudio el 33% de los negocios son relacionados a Salones de Bellezas y ventas al detal. En ambos estudios con un 40% las participantes respondieron que la motivación principal para tener un negocio fue una meta personal.

En cuanto al funcionamiento del negocio, el 67% de las encuestadas en el área metropolitana se encargan de la mayoría de las funciones de su negocio, mientras que en el área Este – central, es un 60%, lo cual no se aleja mucho de la realidad de que la mayoría de las mujeres empresarias se encargan de operar su negocio posiblemente en su totalidad. En ambos estudios queda reflejado que en el área donde más requieren apoyo es en la de contabilidad y legal. En el estudio realizado por la Dra. Virgin Dones fue un 56% y 17%, en el del área metropolitana un 47% y 33% respectivamente.

Los resultados referentes a la cantidad de años de operación y la cantidad de empleados son similares, ya que ambos muestran que los negocios al menos llevan 5 años de operación y emplean de 1 a 2 empleados en su gran mayoría. En el área Este – central, según Dones (2014) el 41% lleva operando 5 años o más y el 39% emplean de 1 a 2 personas, mientras que en la zona metropolitana es el 47% y 55% respectivamente.

En relación al futuro de los negocios, Dones (2014) describió que:

“Las mujeres empresarias respondieron que en su mayoría el 46% desean expandirlo. Ya sea abriendo otra sucursal del negocio o en otro pueblo; mientras el 31% desea quedarse como esta en estos momentos y no arriesgarse, ya que para ellas el arriesgarse puede significar que fracasen. Un 18% desea diversificarlo, añadir más servicios o productos a su negocio. Esto con miras a tener más clientes y participación en el mercado.”

Mientras que en el área metropolitana se encontró que el 50% de las mujeres participantes prefieren dejar su negocio tal cual se encuentra en estos momentos, el 30% busca la diversificación y el 20% de ellas busca la expansión.

## **Conclusiones**

En todo el mundo son cada vez más las mujeres que se atreven a establecer e impulsar un negocio. Convirtiéndolo en un opción para el auto empleo y una estrategia de supervivencia en estos periodos donde la crisis económica es cada vez mayor. Es por eso que el empresarismo se está utilizando como una herramienta para combatir el desempleo e impulsar la economía de los países.

El estudio del perfil de la mujer empresarial dejó reflejado que la mayoría de los pequeños negocios se encuentran en el municipio de San Juan. Que la mayoría de las mujeres se encuentran entre las edades de 21 a 30 años, son casadas y tienen hijos. Están preparadas académicamente a nivel de bachillerato y grados asociados.

Al momento de armar el perfil se muestra que la mayoría son dueñas de sus negocios. En su mayoría se encuentran ligados al área de servicios. Estos negocios llevan alrededor de sus 5 años de operación, cuentan de 1 a 2 empleados contratados adicional de la dueña. También las mujeres participantes expresaron que corren la mayoría de las áreas de su negocios, aunque sí admitieron necesitar apoyo en el área de contabilidad y legal. Muchas de ellas coincidieron en que tuvieron problemas al momento de obtener los permisos requeridos por el gobierno a la hora de establecer su negocio.

Como último, la mitad de las encuestadas no tienen en mente hacerle ningún tipo de cambios a su negocio. Aunque si hay otras de ellas que tienen considerado la diversificación y la expansión del mismo.

Al final se puede demostrar que a pesar de algunas diferencias, las mujeres empresariales en Puerto Rico carecen y padecen de las mismas necesidades. Incluso tienen las mismas motivaciones y aspiraciones. Lo cual es muy importante tomarlas en cuenta y proveerles las herramientas necesarias para que sus negocios continúen siendo prósperos y productivos.

## **II. Recomendaciones**

Los investigadores recomiendan lo siguiente:

- Replicar el estudio en otras áreas de Puerto Rico para ver si las características varían entre las mujeres empresarias.
- Crear iniciativas para reunir a mujeres empresarias alrededor de todo Puerto Rico para que de esa manera se puedan identificar las necesidades que carecen los negocios.
- Impulsar el interés por el empresarismo en las clases de las distintas universidades del país para motivar a más jóvenes a implementar sus negocios.

## Referencias

Banco Mundial, (2010). *Mujeres Empresarias: Barreras y oportunidades en el sector privado.*

*Forma América Latina.*

De la Paz, E. (2011). *Nuevas Tendencias en el mundo empresarial: la participación de las mujeres.*

Dones, V. (2014). *Perfil de la Mujer Empresarial de Puerto Rico – Zona Este.*

Heller, L. (2010). *Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos.* Serie Mujer y Desarrollo, 93. Recuperado de la base de datos CEPAL.

Mujeres empresarias y emprendedoras (2012), Sociedades Prósperas. E journal USA, 161