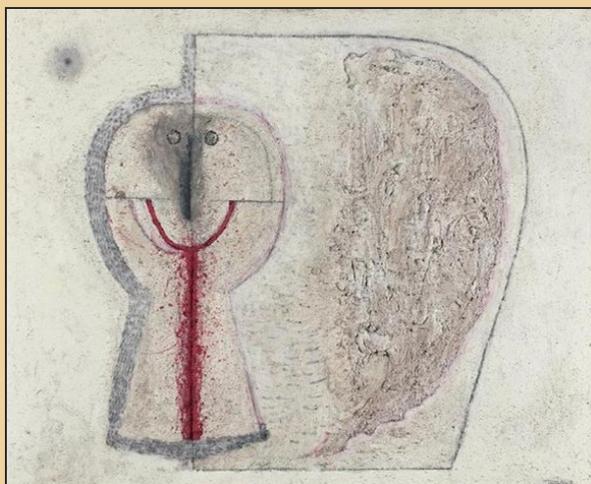


# Ciencia y Universidad

REVISTA DE ECONOMÍA | N° 41

Julio-Diciembre 2020 ISSN 0185-6618



## **DETERMINANTES DE LA EFICIENCIA TÉCNICA DEL SECTOR DE GRANOS BÁSICOS EN MÉXICO:**

UN ANÁLISIS DE FRONTERAS ESTOCÁSTICAS

*Andrés Jerson Millán López, Irvin Mikhail Soto Zazueta*

## **ANÁLISIS INSTITUCIONAL DEL DESARROLLO ECONÓMICO EN SINALOA**

*Gerardo Eloy Soto Ruiz*

## **HACIA UN MODELO DE SUSTENTABILIDAD EMPRESARIAL INTEGRAL**

*Magdalena Miranda Pegueros, Elda Magdalena López Castro, Cesar Vega Zarate*

## **LAS MUJERES EMPRENDEDORAS PROPIETARIAS DE ORGANIZACIONES FAMILIARES:**

UNA APROXIMACIÓN A LA TEORÍA FEMINISTA. ESTUDIO EXPLORATORIO

*Nadia Madahí García Acosta, María Estela Torres Jaquez*

## **NUEVAS FORMAS DE RELACIÓN ENTRE LAS CORPORACIONES Y LOS PEQUEÑOS EMPRESARIOS:**

MEXICANOS EN LOS MERCADOS AL AIRE LIBRE EN PHOENIX, ARIZONA

*Blas Valenzuela Camacho, Brianda Elena Peraza Noriega*

## **ECONOMÍA COMO MARCO DE REFERENCIA HISTÓRICA EN LA GESTIÓN URBANA EN QUITO DE 1534 A 2018**

*Sergio Andrés Bermeo Álvarez, Claudia Canobbio Rojas*



## Revista Ciencia y Universidad

No. 41 Julio-Diciembre 2020

Universidad Autónoma de Sinaloa, México.

ISSN 0185-6618

INDAUTOR (Reserva de derechos al uso exclusivo)

04-2018-110612281800-102



*Ciencia y Universidad*, es una publicación semestral, editada por la Universidad Autónoma de Sinaloa a través de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Año 20, número 41, correspondiente al período de Julio a Diciembre de 2020. Editor responsable Rosalinda Gámez Gastélum. *Certificado de Reserva número 04-2018-110612281800-102 expedido por la Dirección de Reservas de Derechos del Instituto Nacional de Derechos de Autor. Certificado de Licitud de Título y Contenido por la Secretaría Técnica Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación, N. 16078, ISSN 0185-6618. Latindex Folio 439. Dirección de Ciencia y Universidad: Calle Josefa Ortiz de Domínguez s/n, Ciudad Universitaria, Culiacán, Sin. CP80040. Teléfono y Fax 713 38 03. Este ejemplar se imprimió el día 9 de Diciembre de 2020 en los Talleres de Imprenta Universitaria, Ignacio Allende y Josefa Ortiz de Domínguez, Col. Gabriel Leyva, Culiacán, Sinaloa, los ejemplares impresos se remiten para su distribución a la Dirección de Editorial de la Universidad Autónoma de Sinaloa, Burócratas No. 274-3 Ote., Col. Burócrata, Culiacán, Sinaloa, México*  
Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación. Al reproducir contenidos e imágenes de la publicación agradeceremos la cita correspondiente tanto del autor como de la revista.

Imagen de portada: "Figure in white, 1975" de Rufino Tamayo.

# Ciencia y Universidad

REVISTA DE ECONOMÍA | **N° 41**

Julio-Diciembre 2020 • ISSN 0185-6618



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE SINALOA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES

MÉXICO

## UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE SINALOA

Juan Eulogio Guerra Liera

*Rector*

Jesús Madueña Molina

*Secretario General*

Ilda Elizabeth Moreno Rojas

*Directora de Editorial*

Juan Carlos Ayala Barrón

*Director de Imprenta Universitaria*

Irvin Mikhail Soto Zazueta

*Director de la FACES*

Mariné Rosario Urías García

*Secretaria Académica de la FACES*

Jessica Yanet Soto Beltrán

*Coordinador de Posgrado de la FACES*

## CIENCIA Y UNIVERSIDAD

Rosalinda Gámez Gastelum

*Directora*

Guillermo Sandoval Gutiérrez

*Editor técnico*

### Comité editorial

Dra. Miriam Liliana Castillo Arce | UAS. México.

Dra. Cristina Isabel Ibarra Armenta | UAS. México.

Dr. Moisés Alejandro Alarcón Osuna | UDEG. México.

Dr Arturo Retamoza López | UAS. México.

## CONSEJO EDITORIAL

Ph.D. Ajit Singh | University of Cambridge

Ph.D. Charles Jones | University of Cambridge

Ph.D. Ha-Joon Chang | University of Cambridge

Dra. Aida Rosario Hernández | INAH, UNAM. México.

Dr. Roberto Escalante Semerena | UDUAL

Dr. Carlos Tello Macías | UNAM. México.

Dr. Rolando Cordera Campos | UNAM. México.

Dr. Alberto Acosta | FLACSO. Ecuador.

Dr. René Ramírez | SENESCYT. Ecuador.

Dr Pablo Martín Urbano | UAM. España.

Dr. Pablo Lacoste | Universidad de Santiago de Chile. Chile

Dra. Ana Urraca Ruiz | Universidade Federal Fluminense. Brasil.

Dra. Gemma Durán Romero | UAM. España.

Dr. Juan Ignacio Sánchez | UAM. España.

Dr. Wilman Gómez Muñoz | UDEA. Colombia.

Dr. Edgrar Negrin de la Peña | UCLM. España.

Dr. Eduardo Mendoza Cota | COLEF. México.

# CONTENIDO

DETERMINANTES DE LA EFICIENCIA TÉCNICA DEL SECTOR DE GRANOS BÁSICOS EN MÉXICO: UN ANÁLISIS DE FRONTERAS ESTOCÁSTICAS <i>Andrés Jerson Millán López</i> <i>Irvin Mikhail Soto Zazueta</i>	5
ANÁLISIS INSTITUCIONAL DEL DESARROLLO ECONÓMICO EN SINALOA <i>Gerardo Eloy Soto Ruiz</i>	31
HACIA UN MODELO DE SUSTENTABILIDAD EMPRESARIAL INTEGRAL <i>Magdalena Miranda Pegueros</i> <i>Elda Magdalena López Castro</i> <i>Cesar Vega Zarate</i>	59
LAS MUJERES EMPRENDEDORAS PROPIETARIAS DE ORGANIZACIONES FAMILIARES: UNA APROXIMACIÓN A LA TEORÍA FEMINISTA. ESTUDIO EXPLORATORIO <i>Nadia Madahí García Acosta</i> <i>María Estela Torres Jaquez</i>	83
NUEVAS FORMAS DE RELACIÓN ENTRE LAS CORPORACIONES Y LOS PEQUEÑOS EMPRESARIOS: MEXICANOS EN LOS MERCADOS AL AIRE LIBRE EN PHOENIX, ARIZONA. <i>Blas Valenzuela Camacho</i> <i>Brianda Elena Peraza Noriega</i>	107
ECONOMÍA COMO MARCO DE REFERENCIA HISTÓRICA EN LA GESTIÓN URBANA EN QUITO DE 1534 A 2018 <i>Sergio Andrés Bermeo Álvarez</i> <i>Claudia Canobbio Rojas</i>	135

**LAS MUJERES EMPRENDEDORAS  
PROPIETARIAS DE ORGANIZACIONES  
FAMILIARES:  
UNA APROXIMACIÓN A LA TEORÍA  
FEMINISTA.  
ESTUDIO EXPLORATORIO**

**NADIA MADAHÍ GARCÍA ACOSTA**

Facultad de Estudios Internacionales y Políticas Públicas.

Universidad Autónoma de Sinaloa.

Sinaloa, México.

nadiamgarcia13@gmail.com

**MARÍA ESTELA TORRES JAQUEZ**

Facultad de Estudios Internacionales y Políticas Públicas.

Universidad Autónoma de Sinaloa.

Sinaloa, México.

maria.torres@uas.edu.mx

**RESUMEN.** En el mundo, las mujeres han aumentado su participación en las empresas, ocupando cargos directivos o de gestión, como creadoras y directoras, especialmente en las Pymes familiares. En México, 60% de estas empresas son lideradas por mujeres. De acuerdo con información del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2010), gran parte de la productividad del país está basada en las Pymes, las cuales aportan el 37% del Producto Interno Bruto, lo que las convierte en un pilar fundamental en el desarrollo nacional y, por su importancia, estas empresas representan un desafío para la investigación. Esta entrega es producto de una investigación más amplia que busca identificar la problemática interna y externa de las Pymes familiares, dirigidas por mujeres en Sinaloa. El tipo de investigación que realizamos es exploratoria, y en su consecución se aplicó una entrevista semiestructurada a la propietaria de una empresa familiar ubicada en la ciudad de Culiacán, Sinaloa. En los resultados se muestra la evidencia empírica obtenida de este caso estudiado, cuyo hilo conductor del análisis consistió en revisar cómo se desarrollan las relaciones de género desde la teoría feminista.

**Palabras clave:** pymes familiares, pymes familiares lideradas por mujeres, teoría feminista

**ABSTRACT.** *Women have increased their participation in enterprises, occupying managerial or management positions, as creators and directors, especially in family SMEs. In Mexico, according to National Institute of Statistic and Geography (2010), 60% of these small enterprises are led by women. A large part of productivity in this country is based on SMEs, with a contribution of 37% to Gross Domestic Product that makes them a fundamental pillar in national development and also a challenge to research due to its importance. This delivery is the product of a wider investigation that seeks to identify the internal and external problems of family SMEs, led by women in Sinaloa. The type of research is exploratory. A semi-structured interview was applied to the owner of a family business located in the city of Culiacán, Sinaloa, showing in the results the empirical evidence obtained, whose guiding thread of the analysis was to review how their gender relations are developed in the frame of feminist theory.*

**Keywords:** *family SMEs, family SMEs led by women, feminist theory*

## INTRODUCCIÓN

Según datos del Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento, y el Banco Mundial (proporcionados por Briozzo, Albanse y Santoliquido, 2017) en América Latina y el Caribe, al menos en 40.2% de las empresas una mujer es propietaria, y el 21.1% de las firmas registradas son dirigidas también por mujeres. The Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2018/2019), instancia que realiza investigación empresarial en varias regiones, presenta resultados de un estudio de más de 49 economías, de las cuales analiza la demografía, su impacto potencial, la diversidad de formas que adoptan y su sostenibilidad a largo plazo, entre otros aspectos. De dichos resultados rescatamos que, respecto al perfil de género de los emprendedores, dos regiones, Asia oriental y meridional, además de América Latina y el Caribe, muestran más igualdad de género que las economías de otras regiones, ya que las mujeres emprendedoras en esos casos están a cargo de más o menos de un tercio del total de empresas (GEM, 2018/2019).

Agregando a lo anterior, la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), contempla como objetivo de Trabajo Decente y Crecimiento Económico el siguiente: "para 2030, lograr el empleo pleno y productivo y garantizar un trabajo decente para todos los hombres y mujeres, incluidos los jóvenes y las personas con discapacidad, y la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor" (8.5)

En México, el porcentaje de empresas propiedad de mujeres se distribuye así: un 37% del total corresponde a las microempresas, el 20%, son pequeñas empresas, y el 12% medianas. Por otra parte, más de dos tercios de las mujeres mexicanas que trabajan se concentran en tres sectores económicos: el 37.7% en el comercio; el 18.7% en educación y salud, y el 10.7% en la industria de baja tecnología. Las empresas dirigidas por mujeres representan el 44% del total de las pequeñas empresas rurales, sólo el 29% son urbanas, y en el Distrito Federal, del total de empresarios formales solo el 14% son mujeres (Banco Mundial, 2010).

Por otro lado, Manrique, Leyva y Pérez (2010) coinciden con el Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento, y el Banco Mundial en la afirmación de que las Pymes se han vuelto una fuente importante de desarrollo y crecimiento económico, un sector donde las mujeres han

aumentado su participación, ocupando cargos directivos o de gestión. Sin embargo, muestran en cambio que una de las aristas más relevantes y decisivas que afectan el desempeño de las Pymes se encuentra en los aspectos sociales adscritos a las diferencias de género.

En el contexto estatal, de acuerdo con informes del Consejo para el Desarrollo Económico de Sinaloa (CODESIN, 2014), las Pymes se han convertido en un eslabón fundamental e indispensable del crecimiento y desarrollo económico. Estas han proliferado en todos los rubros y gremios de negocios, desde la industria de servicios, productos y alimentos, hasta la industria y la tecnología. Es así que las Pymes de Sinaloa dan gran dinamismo a la economía, tanto en los macro indicadores, como en los bolsillos de las familias que dependen de ellas.

Rafael Rodríguez Castaños, exdelegado federal de la Secretaría de Economía, precisó el 02 de septiembre de 2017 que en 3 años se habían creado 17 mil empresas en Sinaloa, lo que representa un crecimiento del 18.6% en este importante sector de la economía estatal, mientras que para esas fechas, según las estadísticas dadas a conocer por el Delegado Federal es que en Sinaloa el 91.4% eran micro, 7.1% pequeñas, 1.3% medianas y 0.2% grandes.

A nivel regional y municipal, la tarea de identificar datos estadísticos de Pymes familiares es compleja: requerimos conocer cuántas son, qué problemáticas enfrentan, cuántas son dirigidas por mujeres, entre otras interrogantes. Si bien a nivel nacional y estatal se reconoce que un gran porcentaje de las Pymes son familiares, la literatura muestra que los líderes que las dirigen enfrentan, sin embargo, variadas dificultades empresariales y familiares en el sector, enfrentando evidentes desafíos en su supervivencia. Conforme la organización de cada una va evolucionando, por lo regular se exige una respuesta óptima por parte de los miembros que la conforman para seguir funcionando. Entre los principales problemas que enfrentan, por mencionar algunos, se encuentran la capacidad de gestión, resolver asuntos familiares que están relacionados con la empresa, y si esta es dirigida por una mujer, los retos se incrementan.

Respecto a la estructura del trabajo, se organiza como sigue: primero se presenta una introducción donde se justifica la importancia del sector en el desarrollo económico estatal, así como en el contexto de investigaciones regionales, nacionales e internacionales. En el segundo apartado se muestran conceptos relacionados con el tema, se explican la estratificación de las Pymes y sus variables de estudio y se

presenta un abordaje de la cuestión refiriendo aportaciones de estudios orientados a la teoría de género. En el apartado tres se ofrecen a su vez los resultados preliminares de la investigación, de acuerdo con la revisión de variables y las dimensiones de la teoría de la gestión y la teoría feminista, finalizando con las conclusiones del estudio exploratorio y algunas recomendaciones.

## **UNA APROXIMACIÓN AL ESTADO DEL ARTE DE LAS PYMES FAMILIARES DIRIGIDAS POR MUJERES**

### Concepto y estratificación de las Pymes

Respecto a la conceptualización del término Pymes, Cardozo, Velásquez y Rodríguez (2012) realizaron un estudio titulado “Revisión de la definición de la Pyme en América Latina”, que consiste en una revisión documental donde se acepta que la definición del concepto relativo a estas empresas no se ha estandarizado. Si bien explican que la identificación simple de una Pyme se basa en el número de empleados y el volumen de ventas que esta tiene, estos parámetros incluso varían de país a país, y estos autores mencionan que a pesar de que se ha intentado definir el término con criterios cualitativos, siguen existiendo problemas para llegar a una definición convergente (Ueki, citado en Cardozo, Velásquez y Rodríguez, 2012).

Los autores Cardozo, et al. 2012, entre los resultados de su investigación concluyen que aunque haya otros elementos mencionados en algunos casos, la definición del concepto, las características fundamentales son, efectivamente, el número de empleados y el volumen de ventas. Estos elementos pueden unificarse, facilitando el acceso de la Pyme a financiamiento nacional e internacional. Con este criterio coincide Rodríguez (2000) al señalar que en México existe una definición normativa de las pequeñas y medianas empresas, de acuerdo con un criterio aportado por varios organismos internacionales, para los cuales el dato relevante es el número de trabajadores con que las Pymes cuentan.

En México existe un Acuerdo publicado en el Diario Oficial de la Federación que establece la estratificación de las micro, pequeñas y medianas empresas (véase Cuadro 1). En el Acuerdo se alude a la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de estas empresas.

Cuadro 1. Estratificación de las micro, pequeñas y medianas empresas.

Tamaño	Sector	Rango de número de trabajadores	Rango de monto de ventas anuales (mdp)	Tope máximo combinado*
Micro	Todos	Hasta 10	Hasta \$4	4.6
Pequeña*	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde \$4.01 hasta \$100	93
	Industria y Servicios	Desde 11 hasta 50	Desde \$4 hasta \$100	95
Mediana	Comercios	Desde 31 hasta 100	Desde \$100.01 hasta \$250	235
	Servicios	Desde 51 hasta 100		
	Industria	Desde 51 hasta 250		250

Fuente: DOF, 30 de junio de 2013.

Del mismo documento, (DOF, 30 de junio de 2009: 2), también podemos referir que:

El tamaño de la empresa se determinará a partir del puntaje obtenido conforme a la siguiente fórmula: Puntaje de la empresa = (Número de trabajadores) X 10% + (Monto de Ventas Anuales) X 90%, el cual debe ser igual o menor al Tope Máximo Combinado de su categoría.

Tabla 1. Estratificación de las empresas por sector económico.

Tamaño de empresa	Número de personas ocupadas		
	Manufacturas	Comercio	Servicios
Micro	Manufacturas	Comercio	Servicios
Pequeña	1-10	1-10	1-10
Mediana	11-50	11-30	11-50
	51-250	31-100	51-100

Fuente: INEGI (2016). Estadísticas detalladas sobre las micro, pequeñas y medianas empresas del país.

\*Tope Máximo Combinado = (Trabajadores) X 10% + (Ventas Anuales) X 90 por ciento.

## IDENTIFICANDO VARIABLES DE ESTUDIO DE LAS PYMES FAMILIARES LIDERADAS POR MUJERES

Sentuti, Cesaroni y Cubico realizaron en 2017 una investigación, intitulada “Women in Family Businesses: Recent Debate and Future Directions”, con el objetivo de identificar la tendencia evolutiva observada en el campo de estudio de las empresas familiares, y abordar el debate acerca de la participación de las mujeres en estas. Para el análisis utilizaron artículos publicados en bases de datos SCOPUS<sup>1</sup>, atendiendo los criterios de año, tipología, impacto, tema principal, país de investigación y método de investigación.

Las autoras, al revisar artículos de las últimas tres décadas, encontraron pocas, pero significativas investigaciones que han tratado la cuestión. Encontraron estudios donde se mencionan los obstáculos así como aspectos positivos relacionados con la participación de las mujeres en las empresas familiares, la sucesión en su manejo (donde las hijas son excluidas), invisibilidad de las mujeres, liderazgo emocional, la carrera profesional y la gestión (Sentuti, et al, 2017).

Con base en la revisión de ese trabajo de Sentuti et al. se advierte que el proceso de sucesión de padre a hija sigue siendo un tema crucial, así como el de los diferentes roles que las mujeres pueden asumir dentro de las empresas familiares. Por el contrario, con pocas excepciones, las investigaciones acerca de las mujeres como predecesoras no es un área muy explorada, como no lo es la sucesión de la madre a la descendencia.

Los resultados arrojan que al comparar publicaciones sobre mujeres en las empresas, de 2000-2008 y de 2009-2017, éstas prácticamente se han triplicado, pasando de 17% en el primer período a 64% en el segundo. Este resultado confirma el creciente interés en este tema, mostrando su importancia en la investigación y ofreciendo desafíos para continuar abordándolo (Sentuti, et al., 2017).

De las conclusiones resalta, asimismo, que de 2000 a 2008 y de 2009 a 2017 ha habido un creciente interés en el tema sobre mujeres liderando empresas familiares, razón por la que las publicaciones de investigadores en el área se han triplicado.

---

<sup>1</sup> Es la mayor base de datos académica internacional, una de las de mayor prestigio que contiene una amplia cobertura de publicaciones académicas en Ciencias Humanas y Sociales.

Además, en el ámbito internacional se ha extendido el tratamiento formal del tema: si bien los académicos de América del Norte dominaron la investigación en los años noventa, a partir del año 2000 surgió también una contribución relevante y creciente proveniente de investigadores europeos. Por otro lado, respecto a los temas abordados, se identificaron fundamentalmente cuatro (Sentuti, et al., 2017):

- 1) Mujeres en negocios familiares.
- 2) Sucesión.
- 3) Negocios familiares propiedad de mujeres.
- 4) Emprendimiento femenino y emprendimientos empresariales.

Otro autor, Rachida (2008), realizó una investigación en España que concluyó en una tesis de doctorado, intitulada “La influencia del género y entorno familiar en el éxito y fracaso de las iniciativas emprendedoras”. Para efecto de esta investigación nos basamos en el capítulo que explica la relación entre desempeño empresarial y género. El investigador señala que la mujer emprendedora ha sido objeto de estudio desde distintos ángulos, enfocando aspectos como la identificación de los rasgos distintivos del autoempleo femenino, el análisis correlacional entre el género y la estrategia empresarial, los factores asociados en el crecimiento de la empresa, y la que línea que engloba mayor cantidad de estudios es la relacionada con género y desempeño (Rachida, 2008).

#### **APROXIMACIÓN A ESTUDIOS ORIENTADOS A LA TEORÍA DE GÉNERO**

Compeán, Balausteguitotia y Navarrete (2015) realizaron una investigación empírica sobre el tema de “Las mujeres emprendedoras propietarias de organizaciones familiares y no familiares en México”, con el objetivo de estudiar el papel de las mujeres en el ámbito empresarial. Entre los aspectos que examinaron fueron el de describir las motivaciones de las mujeres de trabajar en el sector, las características que su emprendimiento y formas de gestión en su empresa. También abordan temas relativos a la familia, y se exploró la forma en que el trabajo ha influido en las relaciones de pareja de las mujeres y en su hogar. La metodología utilizada fue mixta, aplicándose en la Ciudad de México y en León, Guanajuato, de agosto a septiembre de 2013. La muestra fue por conveniencia, con mujeres empresarias sin importar la edad o antigüedad de la empresa. Para ello, se contó con la ayuda de

la Asociación Mexicana de Mujeres Empresarias A.C (AMMJE), capítulo León.

Para ese trabajo se aplicaron entrevistas a 29 casos de mujeres emprendedoras y propietarias de organizaciones familiares y no familiares en México, considerando datos demográficos, perfil de la mujer encuestada, aspectos familiares, experiencia empresarial, origen y evolución de la empresa, así como factores de éxito, entre otros.

De los resultados de la investigación de Compeán et al. (2015) se considera que las motivaciones de la mujer emprendedora giran en torno a resolver distintos problemas que se le presentan de acuerdo con su género, a diferencia del hombre. El emprendimiento de la mujer le ofrece la oportunidad de independizarse económicamente de manera absoluta; de igual manera genera la oportunidad de empoderarla y propiciar una cultura familiar distinta, en la cual su papel como jefe de familia se refleja fomentando una cultura de mayor equidad.

Por otra parte, en un reporte de INMUJERES<sup>2</sup>, citado en Compeán, et al. (2015, ise afirma que las concepciones sobre los roles de mujeres y hombres se asocia a las personas -dependiendo de su sexo- con determinadas características, cualidades y actividades distintivas según el caso.

Otra variable identificada es la vinculación de la mujer en el campo laboral, (INEGI<sup>3</sup>-ENOE<sup>4</sup>, citado en Compeán et al., 2015). El planteamiento respectivo es que es necesario analizar el papel que juegan las mujeres en el campo laboral a diferencia de los hombres, ya que las/los empleadoras/es representan un porcentaje pequeño de la fuerza de trabajo (4.8% del total de la población ocupada) de los cuales 79% son hombres y solamente 21% son mujeres.

Entre los resultados de los datos demográficos, los autores destacan que de las mujeres empresarias, 48% son originarias del Distrito Federal y 28% del estado de Guanajuato; el 24% son mujeres provenientes de otros estados, mientras que una de ellas es originaria de España; la edad promedio de las empresarias entrevistadas fue de 48%; mientras que el 62% son mayores de 46 años. En cuanto a sus antecedentes familiares, la mayor parte de las entrevistadas provienen de familias numerosas, y en promedio hay un total de seis miembros en su familia. Además, se registró que el 48% de ellas tiene entre uno y cuatro

---

2 Instituto Nacional de las Mujeres

3 Instituto Nacional de Estadística y Geografía

4 Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo

hermanos, mientras que el mayor porcentaje lo tienen las familias con más de cinco hermanos, con un total de 52% (Compeán et al., 2015).

Otro factor de acuerdo con Compeán et al. (2015) fue la formación académica que se inculcaba en casa, cuestionando el grado de escolaridad de sus padres. En el caso de los papás, sólo el 62% había constatado sus estudios, y solo el 17% de estos obtuvo una licenciatura. En menor medida, solo el 48% de las mamás tuvieron oportunidad de estudiar, y la mayor parte de ellas sólo cursaron la primaria. De igual manera, se constató que el 55% de sus madres trabajaban o trabajaron en algún oficio o profesión, pero al contrario de sus padres, el trabajo de ellas no fue reconocido, valorado y mucho menos remunerado.

En cuanto a la situación actual de las mujeres entrevistadas, con respecto a su familia, la mayoría de ellas son casadas (un 73%), mientras que el 24% son solteras, y sólo el 3% están separadas o divorciadas. El 62% ya contaban con hijos en el momento de crear su empresa, y en la mayoría de los casos sus hijos tenían menos de 10 años. El 91% manifestaron que tienen una buena relación con su pareja, y en su mayoría (90%), manifestó compartir la crianza de sus hijos con su pareja.

En cuanto a la distribución de su tiempo, el 71% de ellas dedica más de 10 horas diarias al negocio y el 36% trabaja los siete días de la semana. El trabajo les exige dedicar poco tiempo a su hogar y a su familia. El 72% manifestó dedicar a la familia menos de cuatro horas. La distribución del tiempo de las mujeres fue otro aspecto importante a considerar en esta investigación, y se llegó a constatar que el 71% de las entrevistadas dedica más de 10 horas diarias a su negocio, y el 36% trabaja los siete días a la semana. Manifestando que su trabajo les exige la mayor parte de su tiempo, las mujeres dedican en general poco tiempo a su hogar y a su familia: el 72% de ellas informaron que dedican a la familia menos de cuatro horas diarias (Compeán et al., 2015).

Respecto a la escolaridad, los resultados de Compeán et al. (2015) muestran que el 100% de empresarias entrevistadas concluyeron su primaria, mientras que el 90% la secundaria; el 76% tenía estudios técnicos y superiores, mientras que solo el 41% cuenta con una licenciatura. En lo relacionado con metas y planes a corto y largo plazo, la mayoría manifestó que no se le inculcó la idea de ser empresaria; no tuvo asesoramiento previo; y no se planteó una estrategia a largo plazo para su negocio. El 90% manifestó haber tenido un trabajo previo, pero diferentes circunstancias provocaron el que se retiraran, entre ellas se destaca que el 31% quería ganar más dinero, o porque ya

no podían aspirar a un puesto mejor. Mientras tanto, el 21% quería estudiar y poner su propio negocio. El 28% señaló que había desistido de su empleo por casarse, por un embarazo, o por un mal trato en su ambiente laboral. En cuanto a las características con las que contaban los negocios de las mujeres entrevistadas, en cuanto al sector productivo, el 90% de ellas reconocieron que se encontraban trabajando en el sector servicios, y solo el 10% estaba ubicada en el sector industrial de calzado. Las actividades o giros de los negocios se ubican principalmente en restaurantes, cafeterías o servicio de comida 24%; estéticas o servicios de belleza 14 por ciento.

En cuanto a la trayectoria de los negocios de las entrevistadas, el 28% de ellas son empresas muy con poco tiempo de haber iniciado, mientras que otras reflejaron contar con más de 20 años de operaciones (también un 28%). En el momento en que se realizó la muestra, el 66% de empresas manejadas por mujeres había aumentado su personal con el paso del tiempo; solo 8 de las 19 empresas contempladas se había mantenido sin cambios, y 2 de las empresas habían disminuido el número de personas contratadas, mientras que 5 habían cambiado de categoría, pasando de micro a pequeña empresa (Compeán et al., 2015).

Del mismo modo, en cuanto a las motivaciones que dieron pie a que las mujeres emprendieran su negocio, los autores plantearon una de las preguntas más importantes de su investigación: ¿Qué motivación tuvo la mujer para dar inicio a su empresa y a su carrera como empresaria? La respuesta mayoritaria fue que respondía a motivos diferentes a “necesidad”, y se observó que tampoco los motivos planteados respondían de manera particular a una “oportunidad de negocio”.

Los principales motivos señalados por Compeán et al. (2015) fueron cuatro:

- Adquirir dinero, ser rica, poderosa;
- Tener autonomía (independencia);
- Realizarse personalmente, y
- Demostrar de qué son capaces las mujeres.

Partiendo del supuesto de que las mujeres emprenden más por necesidad, en el caso de la mayoría, las respuestas más comunes radicaban entre: se cansaron de buscar trabajo sin resultados gratificantes, o el sueldo era insuficiente. También contemplaban que en la empresa donde trabajaron no tenían oportunidades de ascender como profe-

sional o conforme a su preparación y expectativas. Otro aspecto que consideraron fue el que en la empresa en la que trabajaban eran discriminadas por el hecho de ser mujer, no se valoraba su trabajo ni se creía en sus capacidades. También presentaban situaciones de acoso sexual, y otro aspecto fue que, en la mayoría de los casos, su trabajo no les dejaba mucho tiempo para dedicarle a sus familias y a su hogar. El 66% de las mujeres empresarias entrevistadas manifestaron no tener necesidad de trabajar, y que sus principales motivos fueron tener autonomía (40.8%) y realizarse personalmente (34.7) por ciento (Compeán et al., 2015).

Al final, Compeán et al., (2015), en la idea de conocer más a fondo sus motivaciones, se plantearon una pregunta abierta para que las mujeres manifestaran las características principales que consideran que tienen y que son determinantes para lograr o no su consolidación como empresaria. La mayor parte de sus respuestas se delimitaron de la siguiente manera, de acuerdo con el número de veces mencionadas:

- El ser constante, disciplinada, responsable y tener buena disposición.
- Su carácter: abierto y amable; facilidad para relacionarse y poder de negociación.
- El ser tenaz, trabajadora, organizada y profesional.
- El amor, compromiso y dedicación por lo que hace.
- Su conocimiento, preparación y experiencia en el sector.
- El ser creativa, propositiva y entusiasta en lo que hace.
- Deseos de superación, ganas de salir de aprietos económicos, ser independiente.
- Un gran deseo de triunfar y demostrar de qué soy capaz.
- Compromiso, honestidad y responsabilidad.
- Actitud de servicio, devolverle a la vida lo que la vida me ha dado.
- Ser innovadora, visionaria y emprendedora.

Los autores Compeán et al. (2015) cuestionaron a las mujeres sobre si se consideran exitosas en sus negocios, a lo cual el 86% de las mujeres entrevistadas respondieron que sí. Además, manifestaron que atribuyen su éxito en la mayoría a las siguientes circunstancias, según el número de veces que lo mencionaron: la tenacidad, la constancia y el trabajo fue la característica principal que se reflejaba, mientras que le siguen la confianza y las ganas de salir adelante, así como la búsqueda

de la mejora de la calidad de vida. También le atribuyen importancia a cuestiones relativas a la empresa, como el ofrecer un producto de calidad, el tener profesionalismo al brindar un servicio, así como el conocimiento, la innovación y la creatividad; por último, también se mencionan factores de planeación y organización.

Otro estudio, realizado por Saavedra y Camarena (2016), con el título de “Retos para el emprendimiento femenino en América Latina”, fue realizado con el objetivo de describir la situación del emprendimiento femenino en Latinoamérica. Para lograrlo, desarrollaron una investigación de tipo documental, con alcance descriptivo, en la que analizaron diferentes variables que giran en torno a la problemática del emprendimiento femenino, en cuanto a los retos que deben enfrentar las empresarias y las condiciones que les permitan conseguir la igualdad de oportunidades, así como la igualdad de género.

Para el emprendimiento femenino existen ciertas diferenciaciones en cuanto al masculino; las responsabilidades familiares siguen siendo una limitación muy importante en América Latina, ya que aún persiste la tradicional división de roles, donde el hombre es el proveedor y sostén del hogar, y la mujer la administradora del hogar y la responsable de la crianza de los niños, aunque esto ha ido cambiando últimamente, debido a que en los últimos años ha existido una tendencia creciente de las mujeres a incursionar en nuevas ocupaciones, como es, por ejemplo, asumir el rol de empresaria.

(SELA<sup>5</sup>, citado en Saavedra, y Camarena, 2016) señala que las características de las mujeres emprendedoras en América Latina son muy marcadas, y estas son:

-El motor detrás de la empresa de mujeres, como regla general, está en la necesidad económica más que en la identificación de una oportunidad o en un deseo de desarrollar una idea innovadora.

-Las mujeres son dueñas de empresas más pequeñas que las empresas de los hombres.

-El nivel de educación de las mujeres empresarias en general es más bajo que el de los hombres.

-Las empresas de mujeres operan de manera predominante en el sector servicios y están mejor posicionadas para atender nichos de mercado.

---

<sup>5</sup> Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe

-Las mujeres empresarias enfrentan dificultades estructurales para acceder a crédito y capital limitado, lo que impide que sus empresas crezcan al tiempo que carecen de acceso a educación financiera.

-La conciliación entre vida familiar y empleo se resuelve muchas veces a través de una empresa, pero al mismo tiempo hace también difícil desarrollar la empresa.

-Las mujeres empresarias enfrentan estereotipos negativos sobre su capacidad para establecer y desarrollar una empresa.

Respecto a los resultados de la revisión documental, se mencionan las razones para emprender un negocio. GEM<sup>6</sup> (citado en Saavedra y Camarena, 2016) encuentran principalmente dos, oportunidad o necesidad, y que las mujeres se motivan a emprender un negocio principalmente con el fin de poner en práctica una idea innovadora, aunque en contraste con ello, la OCDE (citada en Saavedra y Camarena, 2016) demostró que estas motivaciones son mayores en los hombres antes de que para las mujeres. La mayoría de ellas buscan el emprender debido a la imposibilidad que se les plantea de ascender en su entorno laboral, además de que suelen encontrarse insatisfechas con el trabajo en el que se encuentran, así como con horarios que no les permiten armonizar su tiempo entre el trabajo y la familia.

En general, la necesidad es la mayor motivación que se encuentra en las mujeres emprendedoras, en primera instancia, las mujeres se motivan por la necesidad de obtener más, de un mejor puesto, de un mejor entorno laboral, así como de estar en la búsqueda de la estabilidad entre su vida personal y familiar, con la de su trabajo.

En relación con las diferencias entre el nivel educativo de mujeres y hombres emprendedores, se ha demostrado que existe una brecha educativa entre las mujeres y los hombres, pues el mayor nivel de estudios siempre gira en torno a los hombres; esta situación se encuentra arraigada con los sectores productivos en los que se mueven las mujeres, y ejemplo de ello es que no tienen la misma capacitación y experiencia, por lo cual prefieren inclinarse a crear negocios en sectores menos demandantes de conocimientos como el sector de comercio, aun cuando dicho sector productivo tenga una menor rentabilidad que otros como el de servicios o la industria. (Powers y Magnoni, citados en Saavedra, y Camarena, 2016).

---

6 Global Entrepreneurship Monitor

SELA<sup>7</sup> (citado en Saavedra y Camarena, 2016) afirma que, entre menor trayectoria académica tengan las mujeres, son más propensas a emprender e iniciar su propio negocio, lo cual repercute en el tipo de empresa que pueden formar. Como se mencionó anteriormente con Heller (2010), suelen inclinarse a establecerse en el sector informal, con una posibilidad de crecimiento nula.

Haciendo alusión a lo que anteriormente se planteó de los autores (Saavedra, y Camarena, 2016), existe una relación activa entre la falta de educación y la motivación de emprender, pues, aunque exista una brecha educativa entre las mujeres, estas encuentran motivaciones para emprender debido a la necesidad de convertirse en sus propias jefas, así como desarrollarse de manera laboral. Las emprendedoras suelen guiarse por sus ganas de salir adelante dejando de lado la limitante educativa, aunque después esto contraiga la formación de empresas en sectores menos productivos.

Respecto al rendimiento de las empresas dirigidas por mujeres, la revisión bibliográfica de Saavedra, y Camarena (2016) permitió señalar que a diferencia de los hombres, las mujeres en el mercado laboral encuentran una gran diferencia en torno a los ingresos obtenidos, pues son por lo regular más bajos que los hombres; esta discriminación propicia el impulso a crear nuevas alternativas de mejora, y con ello nuevas oportunidades al emprender su propia empresa, además de que suelen incentivarse también por la búsqueda de un empleo que les ofrezca la facilidad para permanecer en armonía con sus otras facetas, como madre, esposa e inclusive ama de casa.

Lo anterior propicia que las mujeres contemplen como su objetivo personal la flexibilidad que se les otorga al emprender, dejando de lado algunos aspectos como la tasa de rentabilidad de sus empresas al contemplar únicamente sus beneficios en la vida cotidiana y en la familia, a diferencia de los hombres quienes solo se preocupan por prestar atención a la empresa y en alcanzar una alta rentabilidad en ellas.

Con respecto a las restricciones que enfrentan las empresas dirigidas por mujeres para acceder a financiamiento, la literatura señala que para obtener éxito en la formación de una empresa, es indispensable el contar con un acceso a capital social y al financiamiento continuo. Este factor es uno de los principales desafíos a los que se enfrentan los emprendedores, y esta problemática se encuentra mayormente arraigada si se enfoca en las empresarias. En adición a esto, Piacentini (citado en

---

7 Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico

Saavedra y Camarena, 2016) señala que a las mujeres se le dificulta más el acceso al financiamiento externo debido a la falta de experiencia.

Dentro de las conclusiones, los autores consideran que la principal motivación de las mujeres gira alrededor de la necesidad, y esta puede ser económica, de auto realizarse o de avanzar en su carrera profesional. Ya que la mayoría de las mujeres emprendedoras cuentan con menos estudios que los hombres, esto refleja cierta desventaja al momento de querer constituir una empresa. Y aunque se presenten condiciones en las que las mujeres cuenten con mayor capacidad que los hombres, éstas no suelen contar con la formación o experiencia laboral o empresarial previas (Saavedra, y Camarena, 2016).

Saavedra, y Camarena (2016) destacan que otro aspecto importante a considerar es que las empresas dirigidas por mujeres suelen tener menor rendimiento que las de los hombres, por lo cual suelen estar en sectores de menor rentabilidad, por ello, también aparece el obstáculo del limitado acceso al financiamiento, que atrae como consecuencia el imposibilitar el crecimiento de sus empresas. Se habla de un obstáculo que reflejan propiamente las mujeres, el llamado “techo de cemento”, en el cual la mujer se convierte en su propia limitante de crecimiento de su empresa al contemplar motivos personales y familiares antes de proponerse un equilibrio entre su trabajo y estos, y como consecuencia de ello se da el descontrol de la empresa.

En consecuencia, con todo lo anterior, los autores, al término de la revisión documental concluyen que el hecho de obtener un financiamiento es uno de los retos de mayor grado que enfrentan las emprendedoras, el contar con menor experiencia, el tener una empresa de menor tamaño, el tener una limitada red de comunicación entre empresarios, así como la falta de activos, y la falta de confianza en ellas. Estas son limitantes comunes que se interponen al solicitar el financiamiento, por lo cual las empresas suelen pedirles mayores garantías y avales, y suelen otorgarles menores cantidades monetarias y con tasas de intereses más elevadas. Además de estas condiciones, las mujeres empresarias también están a expensas del criterio del evaluador del crédito, pues este también puede contar con prejuicios de género, lo que se puede reflejar en una mala imagen de la mujer como empresaria (Saavedra, y Camarena, 2016).

Entre las recomendaciones como líneas de investigación futuras, se busca que se generen nuevos estudios que profundicen la forma en

que se podrían incluir en los programas de estudio acciones de capacitación empresarial, tendientes a fomentar el emprendimiento en las estudiantes del nivel medio superior y superior. Así también es importante que haya más proyectos de investigación y propuestas para que las empresarias conozcan la mejor manera de establecer y ampliar las redes de negocios (de acuerdo con lo expuesto por Saavedra, y Camarena, 2016).

## RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA

Recordemos al lector que este estudio exploratorio pretende conocer cómo son las relaciones de género en las Pyme familiares, dirigidas por mujeres en Sinaloa, desde la teoría feminista. En ese sentido, respecto a los antecedentes de la organización, se indagó sobre cuestiones como son los factores socioeconómicos, así como la identificación y ubicación de la empresa, para lograr su clasificación, y otros aspectos sociales adscritos a las diferencias de género al trabajar en la empresa familiar. También se revisaron las motivaciones y aptitudes necesarias para que las mujeres formen una empresa y los principales obstáculos a los que se han enfrentado, culminando con la auto medición del grado de satisfacción con los resultados obtenidos.

Respecto a los antecedentes de la organización, la entrevistada en este estudio de caso señala que originalmente la empresa de la que se ha ocupado fue fundada por el papá. Como fundador, él trabajó por más de 13 años en una distribuidora de una marca de refacciones y equipamientos para el sector industrial. En el año 2010, surge la idea de independizarse, ya que conocía a profundidad el campo laboral; ya tenía experiencia en el manejo de una empresa, conocimiento del mercado, el cálculo y uso de los equipos y, por otra parte, no se encontraba satisfecha con los ingresos obtenidos. Debido a lo anterior, solicitó y se le autorizó una concesión de la marca para instalar una empresa propia donde ofertara sus productos de manera directa al público en general. Su negocio fue uno de los precursores en ese giro, en un mercado incipiente, aunque inició de manera informal<sup>8</sup>; visitando clientes en la ciudad de Culiacán. Aproximadamente en un año se estableció formalmente en un local<sup>9</sup>. Dos años después se cambió a donde se encuentra su ubicación actual.

---

8 Solamente con un catálogo que le fue proporcionado por la empresa.

9 Dándose de alta formalmente como persona física ante la instancia correspondiente

De acuerdo con estos antecedentes, podemos dar cuenta de que la empresa en sus inicios, de acuerdo con la literatura revisada, no se puede considerar como familiar.

En 2012, el fundador de la empresa presenta un problema serio de salud y en reunión familiar se evidencia la necesidad de que requiere apoyo, ya que él no podía permanecer solo al frente del negocio. Se les invita entonces a dos miembros de la familia, un hijo y una hija, a los que se les ofreció un cambio de alta, como persona física ante la instancia correspondiente, dándoles la opción a ambos de elegir; declinando el hombre<sup>10</sup> y aceptando la hija<sup>11</sup>. Identificamos que con la propuesta a ambos hijos se propició una cultura de mayor equidad: el hijo rechaza la propuesta, y ante tal decisión, la hija acepta y con el paso del tiempo también el hijo se incorpora a laborar a la misma; sin embargo, las responsabilidades mayores le correspondían a la nueva propietaria.

Tomando en cuenta la reflexión del párrafo anterior, en relación con la clasificación de las Pymes, se identifica que para ese entonces el tamaño de la empresa correspondía a una micro; de acuerdo con la estratificación de las micro, pequeñas y medianas empresas, publicada en el DOF (2013); ello ya que contaba con menos de 10 trabajadores y con ventas de hasta \$4 millones de pesos, sin llegar al tope máximo de los \$4.6 millones anuales, ubicándose en el sector industria y servicios, específicamente en la venta e instalación de refacciones de equipos de tipo industriales, atendiendo mayoritariamente al sector agrícola, empresas industriales e inmobiliarias, entre otras.

En cuanto a los factores socioeconómicos, se identifica que la edad de la empresaria entrevistada es de 28 años. En cuanto a la cantidad de miembros de su familia original, era de cinco. Actualmente son tres y se encuentran laborando en la empresa (las tres son mujeres).

En cuanto a la formación académica de los antecesores, se identifica que el padre contaba con una licenciatura trunca y la madre con estudios de Maestría, lo cual refleja una buena educación. Respecto a la ocupación de ambos, y el cómo su formación influyó para continuar como emprendedora, da cuenta que la madre trabaja como maestra universitaria, mientras el padre laboró en la empresa hasta que en 2019 falleció debido a la evolución de su enfermedad. Mención aparte

---

<sup>10</sup> Mismo que contaba con 23 años y estudiando la Licenciatura de Mercadotecnia

<sup>11</sup> Con 21 años de edad y estudiando una Licenciatura de Arquitectura

merece señalar que el único hermano de la entrevistada pierde la vida dos años antes<sup>12</sup>.

En cuanto a la situación actual de la entrevistada, con respecto a su familia: ella es soltera y sin hijos. Respecto a la distribución del tiempo, señala que dedica más de 10 horas diarias a su negocio, trabajando cinco días y medio a la semana, manifestando que le queda poco tiempo para hacer vida social y realizar actividades propias de personas de su edad. En cuanto a la escolaridad, el resultado muestra que la empresaria de la Pyme familiar cuenta con licenciatura.

En cuanto a la variable de género, se le cuestionó acerca de los escenarios a los que se ha enfrentado al dirigir una Pyme familiar, del giro industrial atendido y dirigido mayoritariamente por los hombres. La entrevistada menciona que en cuanto a los clientes, proveedores y empleados, en un inicio, cuando recién ingresó, los clientes y proveedores no aceptaban que una mujer supiera sobre este tipo de mercado y dado que el padre fundador estaba presente, lo reconocían como propietario y autoridad en la materia; no aceptaban que una mujer pudiera ofrecerles un cálculo, o incluso ofrecerles un equipo, querían dirigirse con el padre.

Sin embargo, al pasar el tiempo, aunque el padre aún estaba presente, debido al deterioro físico que sufría ya no podía atender a los clientes, y fue así que se le dio la oportunidad, a la par que la confianza. «Es impresionante cómo cambia la perspectiva cuando saben que tú sabes, hay gente que se sorprende de que dominemos ese ramo», expresó.

Las experiencias relatadas por la entrevistada dan cuenta de que tanto algunos clientes y proveedores manifiestan una actitud déspota, aunque, por otra parte, ser mujer en este mercado también presenta ventajas. Abundando en las actitudes de los clientes, éstas se manifiestan en no pago, aunque no se considera privativo de empresas dirigidas por mujeres. Ejemplificando la problemática nos narra un caso: se le prestó un servicio a una empresa, aunque la factura fue de una cantidad no representativa, y adeudaron por un año: La empresaria identificaba poca seriedad en el trato, derivado del hecho de ser mujer y porque algunos clientes tienen conocimiento de que se carece de un

---

12 Aclaramos que esta narración no es anecdótica, sino que tiene el fin de resaltar las fortalezas de la emprendedora, ya que continúa con la empresa. De igual manera pretende preparar al lector para que identifique la carencia de la figura de un hombre en la vida familiar y empresarial y cómo, circunstancialmente parece ser un eje transversal que está presente en este estudio exploratorio.

hombre en la familia... por lo que contactó a un amigo que llevó a cabo llamadas y visitas in situ a la empresa<sup>13</sup> y de esta manera el deudor rápidamente pagó.

En relación con el grado de aceptación por parte de los empleados por ser mujer y ser la cabeza de la empresa, considera que en un inicio, cuando se contaba con la presencia del papá y fundador de la empresa, fue una aceptación media, ya que le dio libertad de hacer cosas que normalmente él no hacía, como por ejemplo, darle formalidad a la empresa a través de cotizaciones por medio de correos y así existiera más control. Por otra parte, considera que a los empleados les molesta recibir órdenes, ser observados y supervisados por una mujer; fue un proceso al que se tuvieron que adaptar. En los momentos actuales, menciona que el grado de aceptación sigue siendo medio, dado que la mayoría de los empleados son hombres. Considera que la mujer debe tener un carácter muy fuerte para poder manejarlos, situación que le causa problemas y alto grado de estrés.

Lo anterior determina su respuesta en cuanto al reconocimiento como una fuente de autoridad y control dentro de la empresa, resumiendo que es complicado; la entrevistada no considera que así la identifiquen, dado que la empresa es pequeña y la convivencia diaria expone la parte humana de los miembros de la familia, que, como todos, poseen fortalezas y debilidades y que los empleados las correlacionan con falta de respeto y de acatamiento a medias de las decisiones de la autoridad, lo que finalmente redundaría en conflictos laborales e incide en el clima de la empresa.

En cuanto a la valoración acerca de que las mujeres y los hombres tienen las mismas oportunidades de crecimiento en una empresa, la empresaria divide sus respuestas acerca de cómo ve hacia adentro, y hacia afuera. Hacia afuera considera que el crecimiento es un área de oportunidad que se tiene con otras empresas de hacer convenios o ser prestadores de servicios; sin embargo, su respuesta es un retundo no, dado que el campo laboral está más relacionado con los hombres. Hacia adentro, la respuesta es sí, ya que como emprendedora visualiza un área de oportunidad para una mujer, de diseño de proyectos<sup>14</sup>, a lo que menciona:

---

<sup>13</sup> Actividades que había realizado la empresaria

<sup>14</sup> Y que se podría integrar perfectamente al giro de la empresa y donde ella podría aportar sus conocimientos de Licenciatura.

Como ejemplo, basta señalar que, al momento de hacer una cotización a una empresa, acudí al lugar a realizar el diagnóstico, percibiendo de muchas maneras su falta de confianza. Como estrategia, de manera adicional, cotizamos a través de un tercero, es decir, una persona que nos prestaría el servicio. Los resultados fueron que el trabajo se le dio a este último, cuando inclusive el precio era más alto. Nuestra percepción es que piensan que no somos responsables y/o no consideran que sea un trabajo propio de una mujer.

En cuanto al acoso laboral, la entrevistada dice que no lo percibe por parte los empleados y los proveedores. Sí con algunos clientes que han querido pasarse la línea, en el sentido de que quieren tener confianza excesiva y malinterpretan el trato amable. En ese sentido, las consecuencias no han pasado a mayores.

Entre las ventajas y desventajas del trabajar en la empresa familiar: como ventaja, la entrevistada manifiesta que hay más libertad, en el sentido que se puede disponer más del tiempo, además de formular un plan de crecimiento personal y familiar. E igual, hay muchas desventajas como los precios del mercado, que están muy estrangulados, hay notoria competencia y se requiere crear mejores políticas de ordenamiento. Normalmente, la empresa familiar cuando crece es debido a la necesidad de trabajar, y no se elabora un plan de trabajo; se trabaja conforme a la marcha y el mismo trabajo te consume y no permite atender lo que ya tienes identificado para avanzar. Actualmente existe una mayor demanda de los clientes en la empresa, misma que exige mejoras. La entrevistada identifica que entre esas mejoras se encuentran las de diseñar un manual operativo o algo que explique a quién le corresponden las tareas, e incluso, identificar los procesos. Lo anterior no ha sido posible debido a que por cuestiones de falta de recursos no se puede contratar al personal especializado.

Al preguntarle su percepción acerca de las motivaciones que tienen las mujeres para crear una empresa, considera que entre estos se encuentra la autonomía, así como el deseo de obtener ingresos propios y la confianza, ya que el giro de la empresa se encuentra dominado por hombres. Cuando existen mujeres dirigiendo ese tipo de empresas, los clientes en la actualidad perciben protección y honestidad. Otra de las motivaciones es la necesidad de una persona de emprender, porque sabes que puedes ofrecerle algo a la sociedad, algo bueno que puedes aportar, por lo que el decir “yo tengo mucho por ofrecer” también es una motivación.

En cuanto a las aptitudes que considera debe de tener una mujer para iniciar una empresa, considera que la perseverancia es muy importante, la disciplina, carácter fuerte, pero también es necesario ser flexible, inteligente, conciliadora aunque estableciendo límites.

Respecto a los principales temores a los que se ha enfrentado al dirigir un negocio, menciona tres: que el cliente se vaya insatisfecho<sup>15</sup>, el de equivocarse y el de tener la necesidad de financiamiento. Al cuestionársele si se considera exitosa en su empresa y en qué medida, respondió que sí, aunque se autoevaluó con una calificación de seis, ya que reconoce la necesidad de capacitación, de planeación y de organización.

### **CONSIDERACIONES PRELIMINARES**

La revisión de la literatura muestra que empoderar económicamente a las mujeres mejora la economía de los países, de los hogares y la calidad de vida. Mediante el estudio exploratorio, muestra que escenarios a los que se ha enfrentado al dirigir una Pyme familiar, con un giro industrial atendido y dirigido mayoritariamente por los hombres, evidencia una resistencia por parte de clientes, proveedores y trabajadores a los cuales se ha expuesto por el hecho de ser mujer. Éstos se han comportado de manera déspota y han cometido abusos como lo es dejar de pagar. En cuanto a los proveedores, existe discriminación ya que la mayoría la supone desprotegida de un hombre. Sucede lo mismo con los empleados, además que no les agrada que una mujer les dé órdenes, ni los supervise.

La entrevistada deja de manifiesto que las mujeres y los hombres no tienen las mismas oportunidades de crecimiento en una empresa, máxime cuando ésta pertenece al giro de los hombres, ya que pervive la desconfianza por creer que por ser mujer se carece de los conocimientos y capacidades que “exige” el ramo de la Pyme. Entre las ventajas se identifica la libertad de obtener ingresos propios y la libertad de contar con tiempo disponible. Entre las desventajas se encuentran los precios del mercado, la competencia, el trato de proveedores o algunos clientes, así como la falta de políticas de planeación y ordenamiento.

Se destaca en este estudio exploratorio que el motivo principal por el cual las mujeres deciden emprender sus negocios es por la necesidad de autonomía, de ingresos propios, de confianza y la necesidad

---

<sup>15</sup> Porque se realizan cálculos por parte de la empresa para los equipos que se venden e instalan, aunque este último ya ha venido disminuyendo.

de emprender ya que consideran que pueden aportar algo bueno a la sociedad.

Por otro lado, en lo que respecta a las aptitudes que considera debe de tener una mujer para iniciar una empresa, identifica que sobresalen la perseverancia, inteligencia, disciplina, carácter fuerte y conciliador.

Esta exploración permitió conocer, además, que las mujeres que se encuentran emprendiendo su propio negocio presentan temores como la insatisfacción del cliente, errar o equivocarse al cotizar y el de verse en la necesidad de solicitar financiamiento.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agenda 2030: Metas clave de la Organización Internacional de Comercio (OIT), recuperado de <https://www.ilo.org/global/topics/sdg-2030/targets/lang-es/index.htm>
- Briozzo, A., Albanese, D. y Santolíquido, M. (2017). Gobierno corporativo, financiamiento y género: un estudio de las Pymes emisoras de títulos en los mercados de valores argentinos, Vol. 62, Núm 2, 339-357, Revista de Contaduría y Administración, UNAM, México.
- Camarena Adame, M. E., y Saavedra García, M. L. (2016). Un estudio de las PYME lideradas por mujeres en Latinoamérica. Vol.8 Núm.1, 1-27, Revista Universitaria Ruta. Recuperado a partir de <https://revistas.userena.cl/index.php/ruta/article/view/789>
- Cardozo, Edyamira; Velasquez de Naime, Yngrid, y Rodríguez Monroy, Carlos (2012). Revisión de la definición de PYME en América Latina. En: "10th Latin American and Caribbean Conference for Engineering and Technology. Megaprojects: Building Infrastructure by fostering engineering collaboration, efficient and effective integration and innovative planning", 23/07/2012 - 27/07/2012, Panama City, Panama. pp. 1-10. Recuperado de [http://oa.upm.es/19446/1/INVE\\_MEM\\_2012\\_139425.pdf](http://oa.upm.es/19446/1/INVE_MEM_2012_139425.pdf)
- Compeán Flores, M.G., Belausguigoitia Rius, I. y Navarrete Jiménez, M.M. (2015). Una investigación sobre mujeres emprendedoras y propietarias de organizaciones familiares y no familiares en México. En: Mujeres empresarias en Iberoamérica. Casos: España, México y Colombia. Recuperado de [cedef.itam.mx/sites/default/files/cedefitammx/noticias/aadjuntos/2017/09/mujeres\\_empresarias\\_y\\_propietarias\\_.pdf](http://cedef.itam.mx/sites/default/files/cedefitammx/noticias/aadjuntos/2017/09/mujeres_empresarias_y_propietarias_.pdf)
- Diario Oficial de la Federación, el 30 de junio de 2009. ACUERDO por el que se establece la estratificación de las micro, pequeñas y medianas empre-

- sas, recuperado de <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/50882/A539.pdf>
- Global Entrepreneurship Monitor (2018/2019). Women's Report. Disponible en <https://www.2013consortium.org/report/gem-2018-2019-global-report>
- Heller, L. (2010). Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos. Revista Serie mujer y desarrollo No. 3, Santiago de Chile. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
- INEGI (2010). Estadísticas detalladas sobre las micro, pequeñas y medianas empresas del país.
- Rachida, J. (2008), La influencia del género y entorno familiar en el éxito y fracaso de las iniciativas emprendedoras. Tesis publicada en la Universidad Autónoma de Madrid recuperada de [https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/1811/5527\\_justo\\_rachida.pdf?sequence=1](https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/1811/5527_justo_rachida.pdf?sequence=1)
- Rodríguez, V. J. (2000). Administración de pequeñas y medianas empresas. Quinta Edición, México, D.F., Ed. Thomson.
- Becerra Manrique, Sara; Leyva Campuzano, Santiago, y Katherine Pérez Cortes (2016). Pymes desde una perspectiva de género: las mujeres como líderes de la internacionalización de los negocios a través de la creación de redes. Recuperado de: [http://www.konradlorenz.edu.co/images/publicaciones/suma\\_negocios\\_working\\_papers/2011-v1-n1/05-mujeres-lideres-internacionalizacion.pdf](http://www.konradlorenz.edu.co/images/publicaciones/suma_negocios_working_papers/2011-v1-n1/05-mujeres-lideres-internacionalizacion.pdf)
- Sentuni, Annalisa; Cesaroni, Francesca, y Cubico, Serena (2017). Women in Family Businesses. Recent Debates and Future Directions. Recuperado a partir de [https://www.researchgate.net/publication/321315821\\_Women\\_in\\_Family\\_Businesses\\_Recent\\_Debates\\_and\\_Future\\_Directions](https://www.researchgate.net/publication/321315821_Women_in_Family_Businesses_Recent_Debates_and_Future_Directions).

## **DIRECTRICES PARA AUTORES/AS**

Ciencia y Universidad es una revista científica, de periodicidad semestral y publicada en versión papel y en línea. El envío de un trabajo entraña el doble compromiso del autor de no someterlo de manera simultánea a la consideración de otras publicaciones y de aceptar los términos en que eventualmente se dictamine el artículo. Asimismo, los autores otorgan permiso para que su artículo se difunda por los medios que se consideren pertinentes, impresos y magnéticos.

Los trabajos deberán ser inéditos y las temáticas adscribirse a la Economía o a disciplinas afines en el campo de las Ciencias Sociales que toman como referencia el método económico. Sólo se admiten trabajos en español e inglés. La calidad del texto en inglés es responsabilidad del propio autor.

La aceptación de trabajos estará sujeta a las normas editoriales descritas a continuación:

1. Los trabajos se revisan en primera instancia por los miembros del Comité Editorial y por dos dictaminadores anónimos especialistas en el tema (concretando el sistema de revisión por expertos, doble ciego), en caso de empate en el dictamen, el artículo se somete a consideración y dictamen de un tercer especialista. En cualquiera de los casos, el dictamen será inapelable;

2. En situación de rechazo de un trabajo, su aceptación final se condiciona al cumplimiento de las modificaciones de forma y contenido que el editor haya comunicado al autor (a) o autores(as).

Estos últimos son responsables del contenido del trabajo, la veracidad de los datos manejados y del correcto uso de las referencias bibliográficas que en ellos se citen;

3. La revista se reserva el derecho de hacer los cambios editoriales que considere pertinentes para adecuar los textos a nuestra política editorial;

4. Los trabajos no deberán exceder de 35 cuartillas, incluyendo todas las secciones del manuscrito, y cumplirá con las siguientes especificaciones de redacción: a) Procesado en Word, b) letra Times New Roman tamaño 12, c) tamaño carta, escrito a doble espacio, d) no uso de sangría tanto en el texto como en las referencias citadas, e) el uso de cursivas se restringe a títulos de libros y revistas, nombres científ-

ficos y palabras ajenas al idioma español, f) el uso de comillas queda restringido a títulos de artículos, capítulos y citas textuales incluidas en el texto, y no se usarán palabras en negritas;

5. La estructura del texto debe cumplir los siguientes requisitos:

a) Una portada en la que se incluyan los siguientes datos:

- Título del trabajo
- Nombre completo del(los) autor(es)
- Área o lugar de trabajo
- Área de investigación
- Domicilio, teléfono y correo electrónico.

b) Un resumen del contenido de 150 palabras en español e inglés.

c) Incluir palabras clave tanto en español como en inglés.

6. Cuadros, gráficas y otros materiales de apoyo deberán cumplir lo siguiente:

a) Incorporarse al final del texto, indicando claramente en el texto principal la página donde han de insertarse.

b) Deberán explicarse por sí mismos (sin necesidad de recurrir al texto para su comprensión), sin incluir abreviaturas, indicando claramente las unidades de medida empleadas y con las fuentes completas.

c) Las gráficas y otro material de apoyo serán en blanco y negro.

d) Los cuadros deberán ser simples y exponer información relevante.

e) Elaborarse en formato Excel.

f) Deberán entregarse originales en un sólo archivo.

7. Las notas a pie de página, usadas sólo de manera excepcional y para la provisión de información esencial; se incorporarán al final del documento.

8. Las referencias bibliográficas en el texto deberán cumplir con los criterios establecidos por el Sistema Parentético de Referencias (Harvard). Por ejemplo: (Varian, 1992: 21):

9. Al menos una vez deberá explicarse el significado de todas las siglas que se utilicen en cualquiera de los componentes de la obra.

10. La bibliografía de las obras citadas deben ajustarse a los criterios establecidos por el Sistema Parentético de Referencias (Harvard): nombre del autor, año de edición, título del artículo citado, título de la publicación en su caso, volumen y número de la revista y de las páginas que contienen el artículo, lugar de la publicación y editorial. La lista de referencias bibliográficas debe corresponder justamente con aquellas citadas en el documento.

11. Como punto a favor de la publicación del artículo, se recomienda usar como bibliografía base del análisis y discusión, un 60% de artículos publicados en revistas indexadas.

12. La omisión de cualquiera de uno o varios de los requisitos arriba expuestos será motivo de que el trabajo no acceda a dictaminación. No se devolverán originales.

13. Los trabajos para considerarse en el proceso editorial y arbitraje serán recibidos únicamente en la dirección electrónica:

[http://revistasuas.com/index.php/Ciencia\\_y\\_Universidad/about/submissions](http://revistasuas.com/index.php/Ciencia_y_Universidad/about/submissions)

*Ciencia y Universidad Número 41,  
editada por la Universidad Autónoma de Sinaloa  
a través de la  
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales,  
se terminó de imprimir  
en el mes de Diciembre de 2020,  
en la Imprenta Universitaria.  
Culiacán Sinaloa México.  
Se tiraron 1000 ejemplares.*



Universidad Autónoma de Sinaloa  
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales