



## **EL CAMINO EN EL QUEHACER EMPRESARIAL FEMENINO DESDE LA NARRATIVA DE LAS MUJERES EMPRESARIAS EN DOS GRUPOS DE EDAD**

## **THE PATH IN THE FEMININ MAGNAMENT TASK FROM THE NARRATIVE'S BUSINESSWOMEN IN TWO DIFFRENT GROUP OF AGES**

**ALBANIA PADILLA MARTÍNEZ<sup>1</sup>, LORENA HERNÁNDEZ RUIZ<sup>1</sup>.**

**UNIVERSIDAD DE COLIMA, FACULTAD DE CONTABILIDAD Y  
ADMINISTRACIÓN COLIMA<sup>1</sup>**

**México**

Recibido el 10 de noviembre del 2021; Aceptado el 12 de mayo del 2022; Disponible en Internet el 01 de julio del 2022.

E-mail de Contacto: [alpadilla@ucol.mx](mailto:alpadilla@ucol.mx)

© Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (México)

Vol. 7, N° 13 Pág. 21-32. ISSN: 2448-6051

Av. Gral. Francisco J. Múgica S/N  
Edificio AII C.P. 58030  
Ciudad Universitaria  
Morelia, Michoacán, México.  
Tel. y Fax (443) 3-16-74-11  
Email: [rfcca@umich.mx](mailto:rfcca@umich.mx)  
Web: <http://rfcca.umich.mx>

**Resumen—** Durante las últimas décadas se ha presentado una mayor inserción de la mujer en la esfera laboral; el ámbito empresarial no es la excepción. En esta investigación se realiza un análisis desde el enfoque cualitativo sobre el quehacer empresarial femenino a partir de las voces de las mujeres empresarias en dos grupos de edad con la finalidad de identificar la diferencia en sus percepciones sobre el emprendimiento femenino en aspectos como: toma de decisiones, apoyo familiar, mercado de trabajo y paridad y equidad de género. Destaca que para ambos grupos de edad hay similitudes en las categorías analizadas. Las mujeres más jóvenes reconocen que el camino andado por sus antecesoras les ha abierto oportunidades inclusive de insertarse en actividades que en otro tiempo se consideraron exclusivas para el hombre, aunque igual que ellas, se enfrentan a la discriminación y actitudes machistas de la sociedad, por lo que la principal aportación es que los estereotipos de género están fuertemente arraigados es decir inmersos en la cultura, siendo el cambio lento y que en ocasiones representa un reto para las empresarias en su deseo de permanecer y hacer crecer sus negocios.

**Palabras Clave—** mujeres empresarias, emprendimiento femenino, estereotipos de género

**Abstract—** During the last decade there has been increasing the women's presence into the labor field and the business sector is not the exception. In this reserch an analysis has been done since the qualitative stand point about the feminin magnament tasks from the point of view of two diffrent group of ages of businesswomen, the pulpos is to identify the diffrences in their perceptions about the feminin undertaking on the aspects as taking decisions, family support business market and equality in gender as well. Is highlighted that for both groups there are similarities on the analyzed categories, the youngest women recognized that the path done by their predecessors had opened the oportunities to be inserted into the fields that were only for men before, even though they have placed the discrimination face to face, as well as some stereotypes and society's sexist attitudes. There for the main contribution is that the gender stereotype are strongly unshakable with a slowly changement and sometimes this represent a challenge for them in their desire to stay and increase their business.

**Keywords—** Businesswomen, feminin undertaking, gender stereotypes

**JEL CODE—** LI

## INTRODUCCIÓN

Cada vez son más las mujeres que están búsqueda de su independencia económica siendo una posibilidad la creación de una empresa propia. Emprender es una experiencia de vida que no es fácil, sin embargo, deja grandes enseñanzas y crecimiento en diferentes aspectos de la vida, se necesitan mujeres emprendedoras, pero no solo en México, sino en todo el mundo, más mujeres capaces de materializar sus

ideas, crear puestos de trabajo, contribuir a la mejora de sus comunidades y lo más importante inspirar a otras con su ejemplo para que se atrevan a tomar el riesgo de emprender.

Ante todo, lo que se ha avanzado y las luchas por la equidad e igualdad se continúa viviendo en una sociedad donde los roles de los hombres y las mujeres siguen segmentados. Existen una cultura androcéntrica en la sociedad que aún tienen la creencia de que el hombre debe ser el que trabaje y que la labor de las mujeres es quedarse en casa, aunque hay una tendencia por romper estos paradigmas, sin embargo, queda aún mucho camino por ser recorrido.

Actualmente las mujeres son más de un tercio de las personas involucradas en la actividad emprendedora del mundo. Este fenómeno no ha quedado exento en Latinoamérica y se observa cómo la mujer toma un rol cada vez más importante en la generación de nuevas empresas. Sin embargo, si se comparan los indicadores de los países emergentes, y en concreto los latinoamericanos con algunas economías más avanzadas, se observa que las mujeres presentan una menor propensión a involucrarse en la actividad emprendedora (Amorós y Pizarro, 2006, p.3).

Dado a todos los avances que existen, según Bourdieu, (1997), referenciado por Lamas (2000) menciona que la investigación, reflexión y debate alrededor del género han conducido lentamente a plantear que las mujeres y los hombres no tienen esencias que se deriven de la biología, sino que son construcciones simbólicas pertenecientes al orden del lenguaje y de las representaciones. En cada cultura una operación simbólica básica otorga cierto significado a los cuerpos de las mujeres y de los hombres. Así se construye socialmente la masculinidad y la feminidad. Debido a lo anterior, según García y Solís (2018), al sufrir tanto rechazo y discriminación por parte de la sociedad, las mujeres poco a poco tomaron conciencia sobre lo que estaba sucediendo, y con ello surge el feminismo como movimiento social, en el cual se destacan ciertas habilidades que hacen a la mujer competente para poder definirse y generar identidad propia, “a este proceso de toma de conciencia se le ha denominado empoderamiento de las mujeres” (García y Solís, 2018, p.5).

Cabe señalar que, a diferencia del orden social femenino, el masculino no necesita ser justificado debido a que está muy bien establecido y se impone como preponderante, sin embargo, éste se percibe así debido a las estructuras sociales como la organización social del espacio y la división sexual del trabajo, que hace ver al género masculino como quien tiene la relación dominante o un mayor poder (Lamas, 2000). Con base en lo anterior en esta investigación se tiene el propósito de analizar el quehacer empresarial

femenino desde las narrativas de sus actrices, para identificar su avance en aspectos relacionados a los roles de género que son interiorizados por las empresarias como parte de su práctica empresarial. En este sentido, se buscó el contacto con la realidad de las empresarias aprovechando su narrativa sobre experiencias y percepciones de dos grupos de edad (G1 de 21 a 40 años y G2 de 41 a 60 años), a través de la entrevista y aplicación del enfoque cualitativo. Para ello se identificaron cuatro categorías analíticas: la toma de decisiones, el ámbito familiar, el mercado de trabajo y, el avance en la paridad y equidad de género que mostraran la asimilación y reflejo de estereotipos de género.

#### MARCO TEÓRICO

No es raro que en la sociedad realice asignación de actividades y mandatos en relación con el sexo biológico: hombre-mujer, es por esto por lo que resaltan las desigualdades ya que siempre las actividades que son asignadas a los hombres gozan de mayor reconocimiento social, por otra parte, las actividades que carecen de prestigio son asociadas con el género femenino y las mujeres. Esto conlleva a que el género femenino de cierta manera tenga una subordinación ante el masculino (Brito, 2016). Siguiendo con Brito (2016), expone que existen ideales propios de ser mujer, por ejemplo; al encargarse de las actividades domésticas les resaltan otro tipo de cualidades como: sensibilidad, dulzura, modestia, obediencia, entre otras; y estas son consideradas como elementos de una supuesta esencia femenina, pero sobre todo como virtudes de ser esposa y madre enfocada en el cuidado de la familia y la casa. Los roles de género no son la única frontera a romper para lograr la inclusión de las mujeres en la ciudadanía, es importante incorporar la perspectiva de la interseccionalidad para empezar a ver el género desde otro punto, en este proceso de ciudadanía es necesario tener un cambio en las estructuras de género, ya que si no se hace nada por cambiar la perspectiva que se tiene sobre el género y la exclusión de las mujeres no se logrará una mayor participación de las mujeres en la ciudadanía (Sosa-Sánchez, 2017). Es necesario hacer grandes cambios en los procesos de ciudadanía si lo que se busca es una inclusión mayor de las mujeres en la construcción de una ciudadanía moderna, en este sentido, es importante la desnaturalización de las distintas fronteras (categorías de diferenciación social). En primer lugar, una de las fronteras que se tiene que eliminar es la de género ya que con esto se podrá plantear o tomar el reto de hacer una ciudadanía más dinámica en la cual se garantice la diversidad y recuperación de la heterogeneidad (Sosa-Sánchez, 2017).

Según Lamas (2015), hoy en día la asignación de actividades ya no está basada en el sexo sino en lo que la sociedad define para cada género y las mujeres son limitadas en varias cosas por el simple hecho de poder procrear a otro ser y por lo consiguiente todo lo que conlleva a la familia, la crianza y el cuidado de esta. Una diferencia entre hombres y mujeres emprendedores es la educación, mientras mayor sea el grado de estudios supone una mejor preparación para crear un negocio, ahora bien, en México aún existe la limitación de la educación para las mujeres y es por esto por lo que se les discrimina o menosprecia en la creación de un negocio (Elizundia, 2015). Cuando una mujer logra desarrollar su propio negocio llega el momento en el que necesita de un crédito, pero se encuentra con una barrera que es la negación de dicho crédito, debido a que sus negocios son tan pequeños que no cumplen con los requisitos de los bancos o casas crediticias.

Según el estudio realizado por Elizundia (2015), las mujeres empresarias de entre 31 y 45 años sobrepasan el número de hombres emprendedores, esto es debido a que la carga familiar de las mujeres disminuye por que los hijos ya no dependen tanto de la mamá y ellas tienen más tiempo libre para poder crear y administrar un negocio.

Para las mujeres tener un negocio propio es sinónimo de prosperidad, ya que ellas están satisfechas de ver sus esfuerzos reflejados en dicho negocio, pero una de las razones principales por las cuales lo crean es para contrarrestar la discriminación en los puestos de trabajo ajenos, es decir que son menospreciadas o desmeritadas en empresas donde son contratadas (Blasco-Burriel, Brusca-Alijarde, Esteban-Salvador, & Labrador-Barrafón, 2016).

Una de las situaciones que influye en la disminución de la satisfacción de las empresarias son los problemas en la gestión de sus negocios o empresas. Las mujeres que crean su propio negocio en un área de experiencia y con cierto conocimiento en el sector tienen niveles muy altos de satisfacción en cuanto a su vida laboral, por otra parte, las mujeres que crean su propio negocio a partir de que no encontraron empleo, de tener mayor tiempo con su familia o insatisfacción por empleos anteriores tienen niveles bajos de satisfacción en el ámbito laboral. La educación es un papel muy importante para cualquiera que desee tener una vida laboral de éxito (Blasco-Burriel et al., 2016).

Existe una manera de mejorar las condiciones laborales, tanto para las mujeres como para los hombres, ésta es que todos entendamos que la reproducción social es responsabilidad de ambos sexos. Por lo regular y siendo lo más común, la mujer trabaja dos jornadas por día: una es laboral y la otra es familiar, es decir en casa con sus hijos, pero ¿por qué el hombre no desempeña ese papel también? él podría

encargarse de los asuntos familiares como lo hacen las mujeres y de esta manera dichas condiciones mejorarían para todos (Sococco, 2018).

### El quehacer empresarial

Las conductas emprendedoras que inciden de manera positiva al emprendimiento son: fijar metas, persistencia, cumplimiento, confianza, entre otras. La motivación depende en gran medida de sus rasgos actitudinales y de la presencia de oportunidades en el mercado. Así mismo, la educación constituye un factor relevante para la creación de empresas, que puede tornarse crítico cuando existen limitaciones en las instituciones educativas para dotar de herramientas y destrezas en materia empresarial a futuros emprendedores.

Otro factor importante es la experiencia que tiene influencia positiva para el emprendedor. Los principales factores negativos para la creación de emprendimientos son: el acceso al financiamiento, las condiciones de mercado, y el entorno legal: marco regulatorio, trámites, etc. Los factores que influyen en la sostenibilidad de las empresas de forma positiva son: las tecnologías de la información y comunicación, la innovación, los procesos de formación y acciones para la generación de valor social y económico dentro de las empresas. Los principales factores limitantes para la sostenibilidad de las empresas son: las condiciones del mercado, el entorno legal, y el financiamiento (Cordero, Astudillo, Carpio, Delgado y Amón, 2011, p.35-36).

Uno de los factores que influyen en el ámbito laboral son las políticas públicas, ya que, de cierta manera, fungen como guía para todas las empresas u organizaciones. Es por esto que dichas políticas deberían modificar las acciones que se realizan como dejar fuera a las mujeres a la hora de tomar decisiones o no tomarlas en cuenta para puestos de liderazgo y comenzar a utilizar o llevar a la práctica un modelo de gobernanza en el que resalten los valores de responsabilidad, justicia, equidad y no discriminación, y así formar una sociedad que fomente la equidad de género y el empoderamiento femenino en el ámbito laboral (Clark, 2014 referido por Rojas-Rojas, Tapia-Segarra, et al, 2021).

Cabe señalar que el tiempo de dedicación al negocio es un factor importante que también influye en el éxito del mismo, ya que la mayoría de las mujeres limitan sus tiempos en el negocio para invertirlos en casa con su familia con lo que el crecimiento o expansión de éste se ve limitado, es decir que no le dedican el tiempo que un negocio realmente necesita para crecer cada vez más debido a que también son madres de

familia y necesitan estar al pendiente de sus hijos y del cuidado del hogar o en muchas ocasiones de la atención de familiares enfermos o con capacidades diferentes o personas de la tercera edad.

### Contexto empresarial femenino

En algunos países, el emprendimiento femenino ha tenido mayor relevancia debido a que éstos tienen más desarrollo y por lo tanto mayores oportunidades para emprender negocios, sin embargo, en la actualidad, el tema del emprendimiento femenino está teniendo un mayor auge y gracias a este surgimiento su participación en la economía nacional es significativa. Elizundia (2015) con base en Global Entrepreneurship Monitor (2012), señala que en existen en el mundo 104 millones de mujeres de entre 18 y 64 años involucradas en algún tipo de emprendimiento. Otros 83 millones administran sus propios negocios comenzados, en promedio, hace tres y medio años. Aunque el emprendimiento femenino es más alto en economías desarrolladas, el crecimiento que muestra en América Latina es muy importante. Debido al avance que se ha presentado durante varios años y la necesidad que tiene la mujer de ser escuchada y tomada en cuenta con equidad.

En esta lucha por no fracasar frente a la demanda cultural y mantener una coherencia discursiva, la mujer transita entre diferentes escenarios en los que debe flexibilizar y adaptar su rol. Esta actuación que construye su identidad es siempre dicotómica: la sensibilidad femenina frente al poder del liderazgo del sujeto de negocios. La desigualdad e injusticia de género experimentada de la carga laboral múltiple, frente a la demanda de perseverancia y optimismo constante frente al fracaso; el miedo constante a fracasar en un contexto adverso, frente al perfil aventurero y osado de quien desea emprender y triunfar. Vemos la cima de la montaña de la mujer exitosa emprendedora, partiendo desde distancias desiguales marcadas por la diferencia de clase. Esta ventaja o desventaja genera satisfacción de logro en quienes lo alcanzan a un alto costo y sacrificio, pero frustración en quienes no cumplen con este perfil (Santander, 2019, p.12).

La creación de nuevas empresas es una alternativa para las personas que necesitan conseguir sus propios recursos, pero también se convierte en una oportunidad para otras personas, ya que va de la mano con la generación de empleos ayudando a más personas a mejorar su condición socioeconómica, teniendo siempre en mente que emprender es sinónimo de avanzar y ayudar (Marulanda y Morales, 2016). La iniciativa emprendedora está estrechamente

vinculada con el descubrimiento y explotación de oportunidades rentables que tienen un efecto favorable en la economía (Saavedra, 2019).

#### METODOLOGÍA

El tipo de estudio de la presente investigación es descriptivo, ya se centra en mostrar el ‘qué’ de los acontecimientos en lugar del ‘porqué’ de las cosas. Como su nombre lo dice, tiene como objetivo describir la naturaleza del objeto a estudiar, así como darle estructura o diseño a la investigación con la creación de preguntas y análisis de datos obteniendo información de la situación sin enfocarnos en el origen de dicha situación; así mismo se recabaron los datos una sola vez a una determinada muestra, por lo que la presente investigación es de tipo transversal.

Las personas objeto de estudio, que para fines de esta investigación son las mujeres empresarias, debido ya que es importante conocer lo que ellas han logrado hacer y lo lejos que han llegado volviéndose emprendedoras y a su vez como han asumido en su actividad los estereotipos de género impuestos por la sociedad. El universo y tipo de muestreo es por conveniencia y se requirieron mujeres empresarias dueñas de negocios con la particularidad de pertenecer a dos distintos grupos de edad el primero denominado G1 incluye empresarias de 41 a 60 años y el segundo G2 abarca a las de 40 a 21 años, esto para conocer las diferentes formas de pensar y las historias de cada una de ellas.

Existen diferentes formas de recolectar la información, pero para esta investigación se designó hacer entrevistas cara a cara porque de esta manera se obtiene información de cerca y de primera mano. De acuerdo con Silverman (2005) referenciado por Bernal (2016, p.76) dicha investigación “emplea datos naturales para entender las secuencias interaccionales en las que se manifiestan los significados de los participantes de la realidad estudiada”.

Debido a que el fin del presente objeto de estudio es comprender y saber la forma en la que las mujeres emprendedoras asimilan dentro de dos grupos de edad diferente su experiencia en el ámbito empresarial, la presente investigación tiene un enfoque cualitativo, ya que este tipo de investigación busca comprender la naturaleza de las diferentes realidades sociales y su estructura dinámica como fundamento de su comportamiento. Por otro lado, comprende diferentes perspectivas en función de las diversas concepciones que en las ciencias sociales se tiene sobre la realidad social y de cómo y cuánto de ella puede ser conocida.

Así, la importancia de las mujeres empresarias que participan, radica en conocer lo que han logrado hacer y lo lejos que han avanzado haciéndose emprendedoras, asimilando y modificando los estereotipos de género arraigados a la cultura sobre lo es ser mujer y los roles que se le atribuyen. Las categorías analizadas fueron determinadas con base en aspectos determinantes de la actividad empresarial en donde se reflejarán los estereotipos de género como lo es: toma de decisiones, apoyo familiar, actividad laboral y, paridad y equidad de género empresarial.

La muestra de aplicado fue por conveniencia o selección intencionada que básicamente elige a su muestra con forme a las características de la investigación (Casal y Mateu, 2003) requiriendo a las mujeres empresarias en dos grupos de edad: G1 (41 años a 60 años) y G2 (21 años a 40 años), considerando que por edad y experiencia tanto en el ejercicio empresarial como de la vida se podrían apreciar diferencias que evidencien la percepción sobre el avance hacia la igualdad de género. Para efectos de la confidencialidad y protección de las mujeres empresarias, se establece el código con un número, quedando de la siguiente manera:

Tabla 1.  
*Mujeres participantes en el estudio*

G1	G2
Mujer 3	Mujer 1
Mujer 6	Mujer 2
Mujer 7	Mujer 4
Mujer 9	Mujer 5
Mujer 10	Mujer 8

*Fuente: elaboración propia*

Cabe señalar que se accede a la información a través de la Asociación Mexicana de Mujeres Empresarias del Estado de Colima (AMMEEC), así como también por medio del contacto directo con cada una de las empresarias, permitiendo enviar la petición de entrevistarlas y que de la misma forma confirmaran la disponibilidad de para aceptar la entrevista y brindar la información necesaria. En cuanto a la exploración de información se aplicó el análisis de contenido o discurso, el cual permite la sistematización y confiabilidad a para interpretar la información (Sierra, 2001).

## RESULTADOS

Con base en las entrevistas realizadas a las mujeres empresarias y considerando las categorías de análisis. A continuación, se realiza una revisión de las experiencias y percepciones manifestadas a través de la narrativa individual. Cabe señalar que cada mujer entrevistada tiene una historia diferente, aunque todas coinciden en que tomaron la decisión de ser empresarias, de emprender un negocio y en muchos de los casos estas desafiaron los roles impuestos al tomar las riendas de negocios que en el imaginario colectivo se asignan al género masculino.

En seguida se muestran los resultados de acuerdo con las categorías de observación e indicando las percepciones que se encontraron en las mujeres empresarias de los dos grupos de edad. Las categorías son: toma de decisiones, ámbito familiar, mercado de trabajo, y avance en la paridad y equidad de género.

### Toma de decisiones

Como primer punto, se analizó a las mujeres empresarias del grupo G1 las cuales van desde los 41 hasta los 59 años, son mujeres con experiencia, quienes en algunos casos emprendieron o tomaron las riendas de un negocio desde jóvenes, y no han dejado de luchar por que su negocio persista y, en algunos casos, continúe creciendo y haciendo frente a las exigencias del mercado y de la competencia.

La toma de decisiones es un elemento fundamental en la gestión empresarial, se considera que este elemento llevado a cabo de manera correcta da continuidad al funcionamiento de los negocios; en este sentido se observa que los han hecho crecer y poco a poco han ido logrando sus metas y sueños y también les han demostrado a las personas que no estaban de acuerdo en su decisión de ser empresaria que se puede y que no importa el giro de negocio tomado, cuando se tiene claro lo que quieres hacer en tu vida. como refiere la mujer 7:

*Yo, como empresaria soy una persona que sido constante con todas mis actividades, que he empezado y que sigo derecho, de ahí no me muevo, perseverante y aunque sea despacio a mi ritmo, pero he ido creciendo, he ido mejorando con mucha ayuda, ante lo que hemos aprendido allí...*

Un punto importante es que estas mujeres son madres y en ocasiones tuvieron que tomar la decisión de dedicarle, más tiempo a los hijos y descuidaron un poco el negocio por falta de apoyo, sin embargo, aun así, no dejaron caer sus negocios y en cuanto tuvieron

oportunidad se pararon otra vez frente al negocio y tomaron las riendas para seguir hacia adelante, como lo menciona la mujer 6:

*Una mujer que ha crecido con valores, que tiene muy claro que quiere ser diferente, que tiene sueños y que quiere llegar al éxito, que sabe perfectamente que eso se logra con disciplina, con pasión, con amor, con mucha decisión, con reglamentos, sin sentir que haces sacrificio o quizás el sacrificio con satisfacción, cuando se tienen jornadas muy duras.*

El aprender a delegar actividades para estas mujeres es muy importante porque después de algunos años al frente de su negocio, tienen la necesidad de que alguien que les ayude a sobrellevar la carga, como lo menciona la mujer 10:

*Ahorita estamos tomando otra consultoría que nos lleve a mejorar y así va a ser porque todo lo que haces es para mejorar y es lo que les comento a las compañeras que hay que aprovechar, que además es un curso que no tiene un costo, les hacemos muchas observaciones pero hay que estarlas animando, creo que le hace esa parte la mujer empresaria de decidirse, decir si quiero y quiero más, no conformarse en cómo está porque ya tiene una comodidad y además todo el aprendizaje duele, lo que aprendemos el esfuerzo de estar de aprender de cambiar, duele pero tienes que hacerlo porque al final tendrás beneficios.*

Para las mujeres del G2, se observa que tuvieron que tomar una gran decisión de dejar la carrera en la que estaban para tomar un giro completamente diferente y emprender un negocio que además no sería nada fácil porque en el giro de negocio en que incursionaban, es más común encontrarse al género masculino, sin embargo es un gran riesgo que enfrenaron y sabían que no sería fácil, aunque haya obstáculos y discriminación hacia la mujer. Ellas demostraron que sí pudieron hacerlo y bastante bien porque se están manteniendo al frente del negocio y siguen firmes en cumplir sus metas y sueños, como lo expresa la mujer 1:

*Ahorita creo que eso me caracteriza, soy arriesgada, cuando tuve que tomar la decisión de me arriesgo no me arriesgo de dejar la enfermería; me gusta comprometerme, si lo hago soy perseverante, porque a pesar de todas las dificultades uno tiene que salir adelante, si en el primer obstáculo te rindes ahí te quedas hay un dicho que lo bueno es lo que cuesta*

*trabajo y si te rindes a la primera es porque no estás hecha para eso, entonces esto es difícil por eso no cualquiera llega.*

Siempre han tomado decisiones para salir adelante y no quedarse estancadas, porque lo que menos quieren es darse por vencidas, sino al contrario demostrar que calor que pueden, que tiene la suficiente capacidad de hacerlas cosas y hacerlas bien, debido a que siempre dan lo mejor de ellas para su negocio, para con sus clientes para que estas siempre se queden con una buena impresión del negocio porque esto será fundamental para que el negocio tenga más clientes.

Otras mujeres no tuvieron que tomar la decisión de emprender un negocio, sino no de tomar las riendas de un negocio familiar, pero a pesar de que era de la familia también fueron criticadas por haber decidido si tomar el negocio, pero fácil hubiera sido decir que no, pero lo que se busca es crecer y seguir adelante para cumplir tus objetivos. Ninguna de estas mujeres se arrepiente de las decisiones tomadas en su momento por que quizá sin pensar a donde llegarían su negocio les ha dado grandes satisfacciones y superación personal.

**Tabla 2**

*Toma de decisiones*

Mujeres G1	Mujeres G2
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sacrificio y toma de decisiones</li> <li>• Incursionar en mercado laboral etiquetado para “hombres”</li> <li>• Disposición para aprender</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad de enfrentar riesgos calculados</li> <li>• Incursionar en un nuevo mercado laboral</li> </ul>

Similitudes:

Algo que caracteriza a ambas generaciones de mujeres en la toma de decisiones es el saber tomarlas y arriesgarse de manera que sea de provecho y mejora para ellas, como es el caso de dejar sus carreras o ejercer en algo distinto a lo que estudiaron, así como también el entrar a un mercado laboral desconocido, pero con el pensamiento de salir adelante.

Fuente: elaboración propia con información recabada en las entrevistas

En su momento, cuando inicia un negocio la familia es la primera en criticar, en hacer comentarios opresivos, en no estar de acuerdo con la decisión que se está tomando por qué no lo veían como algo correcto o el camino más viable en ese momento y quizá ellos tienen otras expectativas, querían que estudiaran una

carrera y buscaran un trabajo, etc., pero en el caso de estas mujeres G1, siempre tuvieron el apoyo de su familia (esposo, hijos) tuvieron la dicha que sus familias estuvieron siempre para ellas, como lo menciona la mujer 6:

*Mi familia fue muy pequeña, mis papás me querían mucho y esperaban mucho de mí, el apoyo de los dos siempre, aquí estoy echándole ganas.*

En algún momento los obstáculos que se presentaron en la en la familia fueron los hijos porque estos requerían tiempo para sus cuidados y en su momento no había nadie más de la familia que apoyara en ese sentido, pero no fue razón para abandonar el negocio, sino fue motivación para seguir para sacar adelante sus negocios y seguir luchando por sus sueños, pero ahora sus hijos son grandes algunos de ellos les ayudan en sus negocios y pero algunos no les gustan sus trabajos y no les gustaría seguir los pasos de ellas, pero a otros de ellos si les gustan y ayudan a que ellas no se rindan, como lo vivió la mujer 7:

*Bueno, cuando tenía niños chiquitos no tenía a nadie de que me ayudara a cuidarlos, ese es un obstáculo, pero yo decidí tenerlos y no lo vi como obstáculo, pero obviamente cuando ellos estuvieron bajo mi cuidado no creció mi negocio porque les dedicaba tiempo, pero porque yo decidí me dediqué a la crianza, un día uno de mis hijos me pregunto qué porque ya que estaba vieja había crecido mi negocio, le dije muchacho pues cuando he tenido tiempo y calma para voltear a ver otras cosas.*

Siempre de quien esperas el apoyo incondicional de tu familia ante todo lo que deseas hacer, para las mujeres G2 no fue así, en algunos de los casos su familia fue la primera en criticar, poner trabas y en estar en desacuerdo con su nuevo decisión de emprender o llevar las riendas de un negocio, porque algunas dejaron su carrera actual por emprender algo que era completamente diferente y que no tenía relación alguna con lo que actualmente hacían, pero más tarde entrarían en razón que eso era lo que a ellas les hacía feliz y que además lo estaban haciendo bien, como lo menciona la mujer 1:

*Al inicio, cuando dejé de ser enfermera para dedicarme al negocio, mi mamá me dijo: cómo vas a dejar tu carrera, como todos esos años de estudiar, lo que has pagado no lo vas a tira la basura; porque el plan de mi mamá era que me iba a dejar su plaza, insistía en que yo regresara a la enfermería.*

Ahora la mayoría de estas mujeres están casadas, tiene hijos y sus esposos las motivan y ayudan para seguir adelante, las ayudan en lo que pueden ah crecer, sin embargo, a algunos hijos no les gustan sus trabajos porque reclaman que no tiene tiempo para ellos por estar casi todo el tiempo trabajando, pero hay otros hijos que si apoyan a sus madres y comprenden su trabajo además las han alentado cuando más lo necesitan y cuando ellas quieren rendirse las motivan a seguir tras sus sueños.

La familia de estas mujeres a pesar de no estar en acuerdo en algunas cosas decidió no dejarlas solas y mostrar apoyo para que ellas hicieran lo que les hacía feliz y además ellas apoyan en la economía de la familia y ayudan en el sustento de estas, como es el caso de la mujer 8:

*No al contrario, en mi familia es anímate, claro que puedes, si te interesa ese curso, aunque tengas que salir fuera dos o tres días anímate, te apoyamos ya sea tanto de mi esposo o de mamá que me ayuda a cuidar los niños, es de impulsar he recibido muchísimo apoyo, claro que puedes, si te cuesta trabajo es ahorita ya después será más fácil, entonces no, al contrario, mucho apoyo y me siento ahora que tengo el negocio más valorado por parte de mi esposo y por parte de la misma familia.*

Tabla 3  
**Ámbito familiar**

Mujer G1	Mujer G2
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo incondicional</li> <li>• Motivación personal y familiar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de apoyo al comienzo</li> <li>• Falta de tiempo para el cuidado de la familia</li> <li>• Soporte familiar</li> </ul>

**Similitudes:**

Una vez que la familia se da cuenta que para estas mujeres su pasión es emprender, las apoyan incondicionalmente, dándoles un soporte de ayuda para cuando lo necesiten.

Fuente: elaboración propia con información recabada en las entrevistas

**Ámbito laboral**

Para las mujeres G1, es de suma importancia tener una motivación que les ayude a salir adelante día a día

y a lograr lo que se propongan para demostrar la fuerza de la mujer ante la sociedad, pero existen algunos factores que tienen en común la mayoría de las mujeres empresarias, destacando el amor con el que llevan su negocio o empresa, sintiéndola como parte de ellas y transmitiendo a toda la gente ese amor que tienen por las cosas que les gustan, como lo menciona la mujer 6:

*La gente siempre me ha visto con mucho respeto, con mucho amor y con mucha admiración, eso me ha ayudado a querer ser mejor, a ser un ejemplo, me han dado muchos reconocimientos que yo he recibido con amor, es algo que me impulsa a seguir adelante en este hacer las cosas bien, es motivación.*

Otro de los factores que rigen a las mujeres es la pasión con la que hacen su trabajo, poniéndole toda la entrega posible y haciendo todo de su parte para que tenga éxito su empresa o negocio, sin importar los sacrificios que le lleven, estando al pendiente de cada una de las situaciones en su alrededor y haciendo valer su autoridad, así como lo expresa la mujer 3:

*El entusiasmo, amo mi lugar, me encanta lo que hago, me apasiona no me da flojera hago mi trabajo inclusive los domingos que vengo a poner el calentador solar para mantener templada el agua y no me da flojera.*

Ya que ellas se basan en que todo lo hacen con el mayor respeto y los buenos valores que se necesitan para llevarlo, queriendo así transmitirle a todos sus empleados todo lo bueno que ellas poseen, dejando una buena imagen de sí mismas ante los proveedores, los clientes y todas las personas del ámbito laboral profesional, para que al final esa semillita que ellas están depositando en todas las personas con las que se involucran pueda germinar y hacer un cambio en el pensamiento social y profesional.

Por otro lado, están las mujeres empresarias G2, que al igual que las mujeres de la generación anterior, se caracterizan por la pasión y la entrega con la que hacen las cosas, así como lo expresa la mujer 1:

*Necesito gente que esté apasionada igual que yo para que persiga lo que estoy buscando también, entonces, esa es la imagen que yo deseo inculcarles.*

Además de que su gran inspiración para salir adelante y de ser un ejemplo para sus hijos e hijas demostrándoles que se puede lograr todo lo que uno se proponga dejando de lado si eres mujer o si eres hombre, alentándolos a que sigan siempre sus sueños, busquen su motivación habiendo siempre las cosas de

la manera correcta y que no se dejen menospreciar por nadie.

No obstante, las empresarias de esta generación también ven como limitante el tener una familia y al mismo tiempo un negocio propio, ya que como ambos son importantes para ellas, les crea remordimiento de conciencia el descuidar a su familia y entran en conflicto en ambas partes, como es el caso de la mujer 8:

*Si yo me salí desde temprano y llego a las nueve de la noche llego sintiéndome mal porque no estuve con los niños, porque las tareas no alcancé a revisárselas, no supervisé como les fue en la escuela, no platicué con ellos y entonces es más bien que nosotras mismas nos ponemos o tenemos más expectativas, queremos dar más, entonces esta parte de que me tengo que ir a trabajar y a veces duro en media semana fuera recabando o reuniendo la mercancía con las artesanas que me pierdo esa semana de estar con los niños y muchas veces he dejado pasar oportunidades importantes porque sé que me van a necesitar más tiempo y ese tiempo les pertenece a mis hijos, las dejo pasar no importa ya vendrán otras ya crecerán los niños y entonces ya podré dedicarle más tiempo, pero esta parte de la culpa porque no estoy con ellos creo que difícilmente la tienen los hombres es lo que más ha detenido mi crecimiento.*

Tabla 4  
**Ámbito laboral**

Mujer G1	Mujer G2
<ul style="list-style-type: none"> <li>Necesidad de motivación</li> <li>Pasión y entrega</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Necesidad de ser ejemplo</li> </ul>

Similitudes:

Las mujeres de ambas generaciones les sobran motivaciones por las cuales seguir día a día, pero es gracias a estas que lo logran, si no fuera por sus valores y entrega ellas no tendrían un negocio ni mucho menos les importaría adentrarse en el ámbito profesional.

Fuente: elaboración propia con información recabada en las entrevistas

#### Paridad y equidad de género

En el caso de las mujeres emprendedoras G1, no ha sido fácil su camino, ya que la sociedad aún sigue pensando que las mujeres no pueden tener las mismas

oportunidades que los hombres, poniéndoles varias barreras en el ámbito profesional, discriminándolas por el simple hecho de ser mujeres y comparándolas con los hombres, dejando en duda sus conocimientos y capacidades, dejándolas de lado como lo expone la mujer 3:

*Al principio con mi empleado, lo contratamos mi esposo y yo entonces decía “es que el ingeniero me dijo” y yo le decía “él no es tu patrón yo soy la que te pago” “si, pero como él me dijo”, me daba mucho coraje y me decía “el señor...” y yo decía “¿cómo que el Señor?” en algunas cosas sí, como que no me toman tanto en serio.*

A veces puede ser una limitante el tener hijos, ya que demandan mucho tiempo y atención, y de acuerdo con los roles sociales es la mujer en su papel de cuidadora quien más atención les procura y está al pendiente del crecimiento y desarrollo de ellos, esto nos lleva a lo que menciona Ribeiro (2019) que la división sexual del trabajo ha hecho del cuidado y atención de los hijos una actividad infravalorada, como lo menciona la mujer 7:

*Bueno, cuando tenía niños chiquitos no tenía a nadie de que me ayudara a cuidarlos, si es un obstáculo, pero yo decidí tenerlos y no lo vi como obstáculo, pero obviamente cuando ellos estuvieron bajo mi cuidado no creció mi negocio porque les dedicaba tiempo.*

Por otro lado, las empresarias G2 también han sido víctimas de la discriminación de género comenzando con la desobediencia a una mujer por ocupar el puesto de jefa, hablando despectivamente y cuestionando su capacidad para tomar decisiones, agregando que aún sigue siendo muy marcada la línea de superioridad en la que se encuentran los hombres como lo refiere la mujer 1:

*En una ocasión a un colaborador le pedí que hiciera algo, que me ayudara a lijar un carro y me dijo, yo nada más estoy aquí para instalar, se sentó y subió los pies en la mesa; yo tuve que sacar del trabajo me puse a lijar en la banqueta, no le dije nada y cuando llega mi esposo le preguntó ¿por qué mi señora es la que está lijando y tu aquí muy sentado? y el muchacho le dijo es que estoy solo para instalar, mi esposo le contestó, no, debes de hacer lo que ella te diga, ella es la patrona es la que la orden la tienes que obedecer, contestó que él no obedecía a mujeres “a mí no me mandan las mujeres” mi esposo le dijo*

*si para ti una mujer no es capaz de mandarte no puedes estar, porque aquí ella es la patrona, es la que toma las decisiones; el muchacho se fue.*

Uno de los aspectos o situaciones más impactantes es el caso en el que los mismos compañeros de trabajo discriminan a las mujeres y las hacen sentir menos por las acciones que ellas realizan o los trabajos que les toca desempeñar, como es el caso de la mujer 2, que dice lo siguiente:

*Hay hombres que nos dicen “las que vienen de relleno a los eventos”, siempre estamos en capacitaciones y siempre hay algo que aprender, ellos no lo entienden así, no sé qué tengan en contra de la mujer de AMMEEC, porque nos ven muy seguido en eventos. He visto hombres empresarios porque me ha tocado asistir a reuniones de ellos, si son medio tiranos, el hombre es más seco más creído y la mujer no. Los hombres empresarios nos han tirado, nos han discriminada “ahí vienen las tianguistas” o algo así nos hicieron de menos, voltear y los ves y pues no te cae nada bien, son esta parte ... creo que nos dijeron “tamaleras” por eso no hablo bien de ellos, están como muy alzados, y nosotras no somos así.*

Cabe mencionar que hoy en día sigue siendo una lucha constante con la sociedad y la ideología que esta tiene, arrastrando las creencias antiguas que imposibilitan a la mujer en el área profesional, cayendo en que la manera de pensar de las mujeres jóvenes sea educar a sus hijos, en especial a las niñas a que no se dejen del hombre y hagan valer sus derechos y la equidad que existe en el género.

Tabla 5

**Paridad y equidad de género**

Mujer G1	Mujer G2
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Discriminación de género</li> <li>• Humillación y desobediencia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Discriminación de género</li> <li>• Humillación y desobediencia</li> </ul>

**Similitudes:**

En este caso en particular, hay muchas similitudes sino es que todas, ya que como se menciona anteriormente, aun con la evolución que ha tenido la cultura y el pensamiento social en este ámbito, las ideologías pasadas siguen presentes, como que la mujer no trabaja o es inferior al hombre, y esto repercute en el camino que tienen ellas por el mercado profesional, ya que la misma sociedad es

la que se ha encargado de limitar su desempeño y crecimiento.

*Fuente: elaboración propia con información recabada en las entrevistas*

**DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES**

Existen varios factores que evidencian la discriminación hacia la mujer en diferentes ámbitos, destacando que después de muchos años de lucha y movimientos feministas en pro de los derechos de las mujeres, aún quedan vestigios de ideologías marginales y personas que continúan con prácticas de segregación destacando el ámbito laboral y profesional aun y cuando el camino hacia la igualdad de género se ha manifestado desde hace más de un siglo.

En esta investigación se planteó evidenciar si la mujer percibe que tiene una mejor situación en su ámbito laboral en el sentido de tener mayor poder y confianza en sí misma. Cabe señalar que es un estudio empírico en el que se consideró importante recoger la evidencia a través de la narrativa vivencial de las empresarias en dos grupos edad con la finalidad de comparar y evidenciar las diferencias y con ello también si en la realidad del quehacer empresarial se percibe un avance hacia una menor discriminación y desigualdad de género.

Se encontró que la mayoría de las mujeres empresarias han sufrido alguna vez, en su carrera profesional, la discriminación de género, sin embargo, se sienten motivadas alcanzar sus objetivos de superación y logro empresarial gracias al apoyo que reciben de su familia y amigos, pero también por las ganas de demostrar a la sociedad en general que el ser mujer no es sinónimo de debilidad, teniendo la convicción de lograr erradicar la diferencia que existe aún entre ambos géneros.

Algo que distingue a las empresarias es que logran un equilibrio y buena relación entre su familia y lo laboral. Mencionan que sí ha sido una limitante criar a sus hijos mientras se tiene un negocio debido a que ellos demandan mucho tiempo al igual que un nuevo negocio, pero lo han sabido llevar, aunque algunas de las mujeres entrevistadas mencionaron que lograron conciliar su vida laboral con su familia.

Cabe resaltar que otra de las situaciones o aspectos que se confirmaron fue, que la diferencia tanto generacional como en la educación de las mujeres de ambos grupos de edad participantes, tienen pensamientos similares y han pasado por casi las mismas barreras que la sociedad impone, teniendo el mismo objetivo y meta, que es salir adelante contra todo pronóstico y lograr un cambio para que futuras generaciones no pasen por el mismo camino de obstáculos.

De esta manera se concluyó que, si bien la lucha de las empresarias por lograr la equidad de género en el ámbito profesional principalmente ha sido frecuente, no se ha logrado terminar con ello, ya que las ideologías se tienen arraigadas y forman parte de la cultura, pero las mujeres siguen constantemente presentes en lo laboral y cada vez tienen más participación en las empresas y en el emprendimiento, con lo que se ha logrado incursionar en los mismos espacios que los hombres en casi todos los ámbitos como educación, emprendimiento, laboral, político, entre otros.

#### REFERENCIAS

- Amorós E. José. E. y Pizarro S.O. (2006). Mujeres y dinámica emprendedora: un estudio exploratorio. *Universidad y Empresa*, 5(11),15-32. Recuperado el 26 de abril de 2020 de la base de datos <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=187217476002>
- Bernal, C. (2016) *Metodología de la investigación. Administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Cuarta edición. Pearson, Colombia (384)
- Blasco-Burriel, P., Brusca-Alijarde, I., Esteban-Salvador, L., y Labrador-Barrafón, M. (2016). La satisfacción de las mujeres empresarias: Factores determinantes. *Contabilidad y negocios*, 11(21), 68-92. <http://dx.doi.org/10.18800/contabilidad.201601.005>
- Brito Domínguez, M. (2016). División sexual del trabajo. espacio público, espacio privado, espacio doméstico; en Moreno, H., y Alcántara, E. (Eds.). (2016). *Conceptos clave en los estudios de género*. Universidad Nacional Autónoma de México, Programa Universitario de Estudios de Género, 63-74,
- Casal, J., y Mateu, E. (2003). Tipos de muestreo. *CRSA. Centre de Reserca en Sanitat Animal*, 3-7. Recuperado el 25 noviembre 2020 de la base de datos Academia.
- Cordero López, J., Astudillo Durán, S., Carpio Guerrero, X., Delgado Naboja, J., & Amón Martínez, O. (2011). Análisis de los factores que influyen en el emprendimiento y la sostenibilidad de las empresas del área de la ciudad de la Cuenca, Ecuador. *Revista semestral de la DIUC*, N.D. recuperado el 12 de marzo de 2020 de la base de datos: <https://www.researchgate.net/publication/313360043>
- Elizundia C.M. E. (2015). Desempeño de nuevos negocios: perspectiva de género. *Contaduría y Administración*, 60 (2) 468-485.
- García Alcaraz, J.G, y Solís, M. (2018). Feminismos en la frontera norte de México. Un análisis desde la interseccionalidad y las identidades complejas. *Revista interdisciplinaria de estudios de género de El Colegio de México*, 4, e101. Epub 15 de enero de 2018. <https://doi.org/10.24201/eg.v4i0.101>
- Lamas, M. (2000). Diferencias de sexo, género y diferencia sexual. *Cuicuilco*, 7(18), 1-24, recuperado el 27 de marzo de 2020 en la base de datos <http://repositorio.ciem.ucr.ac.cr/jspui/handle/123456789/157>.
- Lamas, M. (2015). La antropología feminista y la categoría género. En M. Lamas, El género. *La construcción cultural de la diferencia sexual* (págs. 93-122). Ciudad de México: PUEG y Bonilla Artigas Editores.
- Marulanda V. F. A., y Morales, G., S. T. (Julio-diciembre de 2016). Entorno y motivaciones para emprender. *Revista Escuela de Administración de Negocios* (81), 12-28, recuperado el 25 de marzo de 2020 en <http://repositorio.udea.edu.co/handle/10495/12781>
- Ribeiro, T. S. (2019) É sempre assim, tudo sou eu! Cuidado, Gênero e Famílias O Social em *Questão*, 21(43), pp. 43-66, recuperado el 17 de abril de 2020 de la base de datos Redalyc.
- Rojas- Rojas, M.R.; Tapia-Segarra, J.I.; Herrera-Hugo, B.A. y Cárdenas, B.I. (2021) Emprendimiento y empoderamiento de la mujer rural de la parroquia de Santa Ana del cantón Cuenca; una mirada desde Trabajo Social, *Dominio de las Ciencias*, 7(3), Mayo Especial, pp. 855-883, recuperado el 18 de septiembre de 2021 de <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/1971>
- Saavedra Leyva, R. E., y Taxis Flores, M. (julio-septiembre de 2019). El factor institucional en el emprendimiento por oportunidad de América latina y El caribe. *Innovar*, 29(73), 99-112.

<https://doi.org/10.15446/innovar.v29n73.78025>

Santander Astorga, P. S. (2019). Mujeres emprendedoras: Abordaje desde la teoría de la identidad Performativa . *Revista Estudios Feminista, Florianópolis* , 27(3)  
<https://doi.org/10.1590/1806-9584-2019v27n354270>

Sierra Bravo, R. (2001). *Técnicas de Investigación social: Teoría y Ejercicios*. Madrid: Paraninfo.

Sococco, M. (2018). La interseccionalidad del trabajo. Las transformaciones en el trabajo de las mujeres en Argentina. *Reflexiones*, 91(1), 77-84.  
<http://dx.doi.org/10.15517/rr.v97i1.30511>

Sosa-Sánchez, I. A. (2017). Fronteras múltiples: género, interseccionalidad y ciudadanía. *Iberoforum. Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana*, 12(23), 84-101., recuperado el 25 de septiembre de 2021 de la base de datos Redalyc.