

Artículo 9. Las empresas familiares

Family businesses

Patiño Martínez, Arelly Viridiana
Tecnológico de Estudios Superiores de Ecatepec

Problema de investigación

Las empresas familiares (EF) son parte importante de la economía mundial. De acuerdo con la *International Family Research Academy* (2003), las EF conforman entre 65% y 80% del total de las empresas existentes en el ámbito mundial. Duran y San Martín (2017) documentaron que en México 83% de las empresas son consideradas EF y aportan 53% del producto interno bruto (PIB) en el plano nacional, lo cual muestra la importancia de dichas compañías.

La literatura en torno a las EF en general aborda temas relacionados con la sucesión, la economía y la teoría de organizaciones, entre otros. Sin embargo, los análisis relacionados con las mujeres como eje central de estudio son escasos. Derivado de lo anterior, este proyecto aportará evidencia que permita nutrir dicha área.

Objetivos del estudio

Objetivo general

Analizar el rol y perfil que ocupa la mujer en el interior de las empresas familiares ubicadas en el Valle de México.

Objetivos específicos

1. Describir el concepto y las características de las empresas familiares en México.
2. Determinar el rol de la mujer que influye en la dinámica de las empresas familiares.

3. Analizar la contribución de las mujeres al desarrollo de la empresa familiar y su aportación para su conservación de la misma.

Aspectos claves de la revisión de la literatura

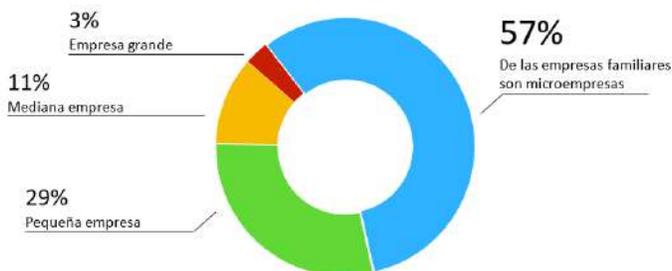
Empresas familiares

Las empresas familiares (EF) han tenido una relevancia significativa en los últimos años, ya que han sido objeto de investigaciones. Según un estudio realizado por KPMG (2013), una empresa familiar es diferente a cualquier otro negocio por muchas razones, empezando por el hecho de que enfrenta el desafío de alinear los intereses de la familia, la propiedad y los objetivos de negocio. Tarde o temprano, tienen que enfrentar decisiones para balancear estos temas.

Las empresas familiares tienen mucho peso en las economías mundiales, y se estima que representan entre 65% y 80% de las empresas existentes en el mundo. El porcentaje de empresas familiares con respecto al universo de las empresas es de una mayoría que va desde 65% hasta 96% en el caso de los Estados Unidos de América.

En el caso particular de México, acorde con lo documentado por Duran y San Martín (2017), al menos 83% de las empresas son consideradas familiares; de este universo, 57% son microempresas (de hasta 10 empleados) y sólo 3% son consideradas grandes empresas (de 251 empleados o más), lo que representa casi 53% del PIB nacional.

Lo que se hace evidente es la mayor relevancia de empresas familiares de tipo micro, pero también las hay en pequeñas, medianas y grandes, estas últimas en menor medida, tal y como se muestra en la gráfica 9.1.



Gráfica 9.1 Distribución de EF por tamaño

Fuente: elaboración propia con base en San Martín y Durán (2017).

Conceptualizando a la empresa familiar

La definición de empresa familiar puede llegar a ser subjetiva por la complejidad que conlleva. Algunos autores consideran a las empresas familiares como una organización controlada en su mayoría o en completa totalidad por los miembros de un determinado núcleo familiar.

De acuerdo con lo establecido por Belausteguigoitia (2017), el término *empresa familiar* puede resultar peyorativo por parte de los mismos dueños, porque en muchas ocasiones se resisten a aceptar que sus empresas lo sean o simplemente por el hecho de no saberlo porque no saben del término.

Estadísticas de género en México

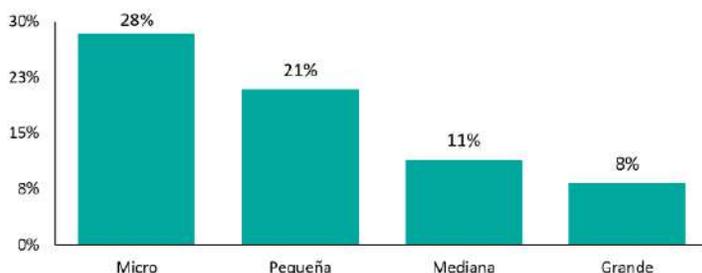
San Martín y Durán, en la radiografía de la empresa familiar en México, muestran una serie de gráficas que develan un panorama general del papel de la mujer en este tipo de empresas.

En la gráfica 9.2 se observa que únicamente 22.59% de las mujeres ocupa el puesto de directora general de la EF, mientras que los hombres ocupan 77.41 por ciento.



Gráfica 9.2 EF por género del director general

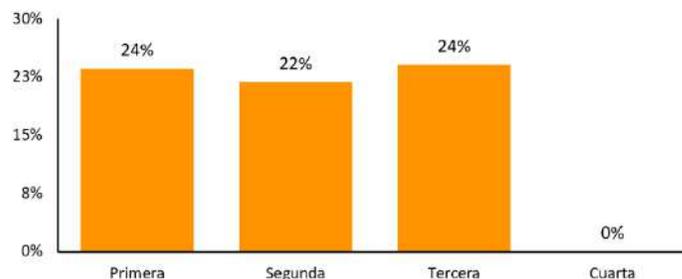
Fuente: elaboración propia con base en San Martín y Durán (2017).



Gráfica 9.3 Tamaño de EF dirigidas por mujeres
Fuente: San Martín y Durán (2017).

En la gráfica 9.3 se observa que las mujeres dirigen 28% de las empresas micro, teniendo un grado de participación significativo en comparación con 8% que corresponde a las grandes empresas.

Otro aspecto importante documentado en la literatura es la generación de mujeres que dirigen en las empresas familiares, lo cual se observa a continuación en la gráfica 9.4.



Gráfica 9.4 Generación de la EF dirigida por mujeres
Fuente: San Martín y Durán (2017).

Rol de la mujer en las empresas familiares

De acuerdo con Cappuyns (2006), las tareas relacionadas con la promoción del compromiso de la familia hacia el negocio lo desempeñan las

mujeres. A quienes también se les suele dar el rol de crear un consejo de familia, organizar encuentros familiares, planificar las reuniones multigeneracionales, etc., algo que está muy vinculado con la naturaleza de la mujer, quien tiene más desarrollada la inteligencia emocional (Ceja, 2008).

Funciones de la mujer en la empresa familiar

La mujer puede desempeñar diversos roles en la EF. Tal como lo plantea Ceja (2008), quien agrupa la aportación de la mujer en tres grandes ámbitos, como se observa en la figura 9.1.

1. Transmisión de valores. Es de vital importancia el rol que ejerce la mujer en la transmisión de valores, como bien lo señala Cappuyns (2006), ya que con su pasión por la familia proporciona al negocio un activo poderoso: el fuerte pegamento familiar. Una madre ejerce una fuerte influencia a través de los valores familiares.
2. Siguiendo generación. Las mujeres en su rol de madre dentro de la familia inculcan y transmiten valores a las siguientes generaciones, educándolos para lo verdaderamente importante.
3. Líder emocional. La familia y la empresa familiar siempre están en relación, no existe una sin la otra. En la mayoría de los familiares, la madre es quien marca la tendencia de las relaciones familiares; es una gran promotora de la igualdad y la cooperación entre los miembros de la familia. Es por esta razón que su intervención para la conformación de un protocolo familiar con órganos de gobierno es de suma importancia.



*Figura 9.1 Ámbitos de la mujer en la empresa familiar
Fuente: Ceja (2008).*

Factores de éxito o fracaso de la actividad de las mujeres

En este apartado pueden converger diversos factores que se pueden considerar determinantes tanto para el éxito como para el fracaso de una empresa o negocio, donde las mujeres también tienen una participación importante.

De acuerdo con la Encuesta Nacional de Micronegocios 2012 llevada a cabo por el Inegi, las mujeres tienen como motivo principal para iniciar un negocio completar el ingreso familiar con 25.66 por ciento.

En cuanto a los hombres, el motivo principal es el de tener un mayor ingreso que como asalariado con 27.16 por ciento.

Blasco menciona que existen diferencias entre los aspectos de negocio que son causantes de satisfacción en hombres y mujeres (Blasco, Brusca, Esteban & Labrador, 2016). Los hombres ven aumentar su satisfacción de acuerdo con su capacidad económica, en cuanto a las mujeres su satisfacción radica en las relaciones laborales y el impacto que tienen en la sociedad.

Otro factor que puede ser determinante es el hecho de tener estudios técnicos o de licenciatura que dejan una brecha entre hombres y mujeres,

pues en muchas de las ocasiones depende el tipo de puesto laboral al que quieren aspirar. De acuerdo con el Inegi, en el estudio Mujeres y Hombres 2018, se muestra que 11.8% de las mujeres se encuentran inscritas en el nivel licenciatura en las carreras de administración y gestión de empresas, en contraste con 9.3% de los hombres que están matriculados en la misma área de conocimiento. Esto significa que hay 2.5 puntos porcentuales más de mujeres interesadas en estas áreas.

Siguiendo con el mismo estudio de Mujeres y Hombres 2018, otro factor es el estado civil, el nivel de estudios y si son trabajadoras o empresarias, en donde 54.6% de las mujeres de entre 20 y 29 años se encuentran casadas, en contraste con 52.1% de los hombres en la misma condición. Se puede apreciar que 49.2% de las mujeres tiene educación media superior o superior comparado con 48% de los hombres. En este mismo estudio se tiene que 45.5% de las mujeres casadas trabaja, contra los 94.3% de los hombres casados que trabajan.

Los resultados anteriores nos dan otro panorama referente a las mujeres casadas que trabajan y que además cuentan con estudios de educación superior, porque, aunque estén casadas y tengan estudios superiores, existe casi el doble de hombres trabajando. Esto puede ser un factor importante, ya que son las mujeres las que se encargan del hogar, aunque trabajen, pero en menor medida.

Justificación y contribución del estudio

El análisis de las empresas familiares (EF) ha sido motivo de estudio para diversos investigadores como Duran y San Martín (2017), Belausteguigoitia (2017), y Aparicio (2017), entre otros. Básicamente los temas que se abordan son la sucesión de las EF, gobierno corporativo,

conflicto, dirección estratégica, etcétera. Sin embargo, son pocas las investigaciones que proponen a la mujer como sujeto de estudio en estas organizaciones.

Se ha documentado que en las EF contratan mujeres que no necesariamente son las dueñas o fundadoras, pero que de cierta manera ejercen liderazgo en las mismas. Ocupan puestos estratégicos que les permiten tomar decisiones de pronta respuesta y que determinan en ciertas ocasiones el beneplácito o desaprobación de la propia empresa. Sin embargo, aún no se ha explorado el perfil de las mujeres en ese ámbito, siendo éste la principal aportación a la literatura que se pretende obtener mediante la elaboración de este proyecto.

Propuesta metodológica

Se llevará a cabo un estudio de tipo cualitativo con carácter descriptivo-confirmatorio, apoyándose en el método etnográfico, que pretende abordar la temática de cómo las mujeres rompieron el paradigma al integrarse al ámbito laboral de las EF y establecieron características. La primera etapa integrará el análisis de diversas encuestas que proporcionen un contexto de la participación en las mujeres dentro de las EF a fin de establecer una hipótesis de trabajo.

Posteriormente, se llevará a cabo un estudio confirmatorio para hacer el contraste de hipótesis. Para ello, se construirá un instrumento de captación de información, se hará un análisis de fiabilidad y validez de dicha herramienta y se aplicarán las pruebas estadísticas correspondientes. Finalmente, se empleará el software de análisis cualitativo Atlas.ti.

La población de estudio estará integrada por mujeres que cuenten con cargos en puestos estratégicos en EF. Actualmente hay 12 empresas

ISSN: 2594-1674

donde se podría llevar a cabo el proyecto. Sin embargo, es importante determinar la muestra a través de la saturación de las categorías. Las compañías son:

No.	Empresas	Ubicación
1	Condeam S.A de C.V	Edo. Mex.
2	Didi Multinacional S.A de C.V.	CDMX
3	Defany Industrial S.A de C.V.	Edo. Mex.
4	Grúas San Pedro Xalostoc	Edo. Mex.
5	Grupo Malazzo S.A de C.V.	CDMX
6	Lorell Cosmetics S.A de C.V.	CDMX
7	Papelería la Competencia	Edo. Mex.
8	Ocean Quim S.A de C.V.	Hidalgo
9	PMC S.A de C.V.	CDMX
10	Servicios Turísticos Teotihuacán S.A de C.V.	Edo. Mex.
11	Servicio de Fotocopiado Morelos S.A de C.V.	Edo. Mex.
12	Transportes Alondra S.A de C.V.	Edo. Mex.

Fuente: elaboración propia.

Referencias

- Aparicio, R. (coord.). (2017). *Ser y hacer de las familias empresarias*. México: IPADE Publishing.
- Belausteguigoitia, I. (2010). *Empresas familiares su dinámica, equilibrio y consolidación* (2a. ed.). México: McGraw Hill.
- Belausteguigoitia, I. (2017). *Empresas familiares su dinámica, equilibrio y consolidación* (4^a ed.). México: McGraw Hill.
- Blasco, P., Brusca, I., Esteban, L., & Labrador, M. (2016). *La satisfacción de las mujeres empresarias: factores determinantes*. Recuperado de https://www.redalyc.org/jatsRepo/2816/281648512005/html/index.html#redalyc_281648512005_ref11.
- Cappuyns, K. (2006). *Women behind the scenes in family businesses*. Cátedra de Empresa Familiar del IESE. 2006. Recuperado de http://www.iese.edu/es/files/5_23862.pdf.
- Ceja, L. (2008). El papel de la mujer en la empresa familiar: el reconocimiento de un rol crítico

pero a veces invisible. Cátedra de Empresa Familiar del IESE. 2006. Recuperado el 13 de abril de 2019, de http://www.iese.edu/es/files_html/5_41125.pdf

Durán, J., & San Martín, J. (2017). Radiografía de la empresa familiar en México. Puebla, México: UDLAP.

Gobierno de la República, Instituto Nacional de las Mujeres e Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2018). *Mujeres y Hombres en México 2018*. Recuperado de <http://www.scjn.gob.mx/sites/default/files/i-gualdad-genero/2018-11/mujeres-y-hombres-en-mexico-2018.pdf>.

IFERA, International. (2003). Family Businesses Dominate: International Family Enterprise Research Academy (IFERA). Recuperado el 05 de diciembre de 2018, de https://www.researchgate.net/scientific-contributions/2118745512_International_Family_Enterprise_Research_Academy_IFERA

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi) (2014). *Encuesta Nacional de Micronegocios 2009*. Recuperado de <http://www.beta.inegi.org.mx/proyectos/enchogares/modulos/enamin/2012/>.

KPMG (2013). *Empresas familiares en México: el desafío de crecer, madurar y permanecer*. Recuperado de <http://www.assets.kpmg/content/dam/kpmg/mx/pdf/2016/12/Empresas%20Familiares%20en%20México%20el%20desaf%C3%Ado%20de%20crecer%20y%20permanecer.pdf>.