



Empresas familiares, emprendimiento y género. Cinco problemáticas para el análisis regional

Family businesses, entrepreneurship and gender. Five problems for the regional analysis

ZAMBRANO Vargas, Sandra Milena [1](#); VÁZQUEZ García, Angel Wilhelm [2](#) y URBIOLA Solís, Alejandra Elizabeth [3](#)

Recibido: 13/03/2019 • Aprobado: 17/06/2019 • Publicado 01/07/2019

Contenido

- [1. Introducción](#)
- [2. Metodología](#)
- [3. Reflexiones finales](#)
- [Referencias](#)

RESUMEN:

El presente artículo muestra los resultados de una investigación cualitativa realizada a un grupo de empresas familiares con el fin de analizar la importancia de las variables de emprendimiento y género. Para ello se usó el enfoque fenomenológico a emprendedores del municipio de Sogamoso, Colombia. Los resultados más relevantes se agrupan en cinco grandes problemáticas, las cuales están atravesadas por la perspectiva de género, complejizando así la división sexual del trabajo.

Palabras clave: Emprendimiento, empresa familiar, género, división sexual del trabajo

ABSTRACT:

The present article shows the results of a qualitative research done to a group of family companies in order to analyze the importance of the variables of entrepreneurship and gender. For this, the phenomenological approach was used to entrepreneurs of the municipality of Sogamoso, Colombia. The most relevant results are grouped into five major problems, each of them are crossed by the gender perspective, thus complicating the sexual division of labor.

Keywords: Family businesses, entrepreneurship, gender, organization studies

1. Introducción

El estudio de las empresas familiares requiere profundizar en los contextos regionales y culturales que las circunscriben; implica realizar un ejercicio que reconozca el conflicto derivado de la convivencia cotidiana. Se requieren interpretaciones desde diversos enfoques ya que su falta de reconocimiento multidimensional, se debe en parte, a considerarlas informales, manejadas de manera intuitiva dando como resultado miradas superficiales, carentes de rigor conceptual que no escapan de la óptica económico empresarial. Se sugiere abandonar los enfoques explicativos dominantes que explican a las empresas familiares exclusivamente a partir de perspectivas financieras centradas en el desempeño y modelos económicos (Rueda y Rueda, 2017; Otero y Taddei, 2018). Las relaciones emanadas de la

convivencia familiar generan nuevas dinámicas que no pueden ser controladas, mostrando un sesgo al determinar que la dimensión familiar se añade al entramado de la complejidad organizacional (De La Rosa, Lozano y Ramírez, 2009). El volumen de estas organizaciones dentro de cualquier economía es muy representativo, no solo por su capacidad para generar crecimiento socioeconómico tanto en países con gran capacidad de innovación tecnológica como en aquellos en donde estas capacidades son muy bajas (Moreno y García, 2014). Más bien, por su capacidad de ofrecer empleo digno, estimulando así las acciones emanadas del espíritu emprendedor de sus fundadores (Gutiérrez, 2015). Desde la década de los setenta, del siglo XX, en el campo de la administración la empresa familiar se ha fundado como objeto de estudio al reconocerse poco a poco como un área de estudio con rigor teórico y metodológico. En años recientes se han incorporado al análisis aspectos sociodemográficos (González, Castruita y Mendoza, 2018) así también perspectivas que incluyen género, etnia y grupos vulnerables (Benavides, Guzmán y Quintana, 2011; Echezárraga, 2010; Reyes y Briano, 2018, Cánovas, 2018).

Un aspecto frecuente de las empresas familiares que se ha visibilizado a partir de estas investigaciones es el de la crisis, derivada, en parte, por su manejo administrativo. En aquellas empresas de menor tamaño su orientación se inclina a prácticas empíricas en donde la improvisación es la pauta (Quejada y Ávila, 2016). Al respecto, Goyzueta (2013) distingue algunas fuerzas positivas y negativas de las empresas familiares, entre las que destacan compromiso, conocimiento, flexibilidad, planeación a largo plazo, confiabilidad, orgullo y características culturales propias que pueden coadyuvar en su permanencia en el mercado. Respecto a las fuerzas negativas se distinguen, baja perspectiva para plantearse desafíos comerciales, problemas de sucesión, conflictos emocionales, liderazgo y legitimidad (Durán y San Martín, 2013; Prieto, 2014). Por su parte, De La Garza, Medina y Díaz (2007) resaltan las fortalezas que poseen las empresas familiares frente a aquellas que no los son, se destaca la unidad familiar y el compromiso entre cada uno de los miembros, la confianza.

En el ámbito académico, restringirse a una distinción lineal entre claros y oscuros limita analizar la empresa familiar al impedir reconocer en la discusión otras variables relevantes generadas por las dinámicas familiares. Por ejemplo, el emprendimiento inicia como parte de una serie de relaciones de poder que condicionan el papel de la mujer en el ámbito empresarial. La mujer emprendedora latinoamericana, de estrato semi urbano, edad y escolaridad media, tiende a permanecer al lado de su cónyuge al margen del negocio o con una función de "apoyo". Solo en algunos casos se reconoce la figura de "la emprendedora", debido a las implicaciones que trae consigo un mandato social muy claro, empresaria, cuidado del hogar y responsable en la crianza de los hijos. En el presente artículo busca dar cuenta de algunos avances reportados en el estudio de las empresas familiares. En concreto, se orienta hacia la incorporación de las dimensiones emprendimiento y género. Para ello se muestra evidencia empírica de un estudio cualitativo realizado en el municipio de Sogamoso, Colombia.

1.1. La Investigación relacionada con las empresas familiares

El estudio de la empresa familiar supone la adquisición de un mayor conocimiento tanto teórico como empírico de la forma como operan las empresas familiares y de los problemas que enfrentan. Con el fin de vislumbrar posibles rutas de salida para apoyarlas ya sea desde el ámbito académico como profesional, se requiere su estudio desde diversos enfoques (De la Rosa et al. 2009). Desde las precisiones de Parra, Botero y Montoya (2017) existe una tendencia que confunde el término empresa familiar con empresas micro, pequeñas o medianas, estos investigadores insisten evitar usar el concepto más allá del tamaño porque en el mundo existen grandes empresas que son familiares. De acuerdo con lo anterior, algunos estudios tratan de proponer definiciones del concepto "empresa familiar. Sin afán de ser exhaustivos o prescriptivos, Sandoval y Guerrero (2010, p.136) la conciben como parte de sistemas complejos que dependen de infinidad de variables simultáneas. Muchos estudios previos han demostrado que al incorporar la actividad empresarial, las exigencias del mercado con los entramados jurídicos se contraponen con representaciones culturales que orientan valores propios (Sandoval y Guerrero, 2010). Al respecto Durán y San Martín

(2013) proponen asumir la empresa familiar como una organización en la cual coexisten dos sistemas distintos, el empresarial y el familiar, cada uno de ellos se vincula entre sí de manera simultánea éstos. Se observa que hay una tendencia generalizada que demuestra que la masa de los sistemas empresariales dominantes en cualquier economía se apoya en las empresas familiares (Sabater, Sánchez y Carrasco, (s.f); Quejada y Ávila, 2016; De La Rosa et al, 2009). Para complementar estas perspectivas algunos estudios (Macías y Ramírez, 2011; Moreno y García, 2014) asocian la continuidad de las empresas familiares con el tiempo de permanencia.

1.2. Las empresas familiares y el emprendimiento

La puesta en marcha de una empresa familiar implica sortear diversos obstáculos como falta de capital, débil conocimiento en el manejo de los productos al mercado así como el reclutamiento adecuado del personal para desempeñar tareas especializadas, Sin embargo, el inicio representa su sobrevivencia, por lo frágil de esta etapa en la cual persiste la improvisación y desconcierto. Se desconoce la forma de vinculación entre los integrantes de la familia, dirigen el negocio y su transición a su estatus de *nuevo personal*. Es decir, no existen criterios claros para todos con que los familiares son contratados (Goyzueta, 2013; Irigoyen, 2015). La revisión de la literatura permite deducir que existe un sesgo que atribuye a la figura masculina "padre" como "el creador", se le atribuye la paternidad de la empresa familiar por representar la fuente de ingreso económico, fuente de ingreso para el hogar. Como buen padre posee toda la libertad sobre el manejo del trabajo, protestad de su esposa e hijos para asignar tareas y responsabilidades. En pocos documentos formales, actas constitutivas, se asigna ese papel protagónico sobre la madre. La mujer frente al varón empresario posee una desventaja al concederle socialmente la responsabilidad sobre el emprendimiento —puesta en marcha— y continuidad del negocio como la vía para sostener económicamente a la familia.

De La Rosa et al. (2009) señalan una tendencia que favorece a los varones en su rol de proveedor, son ellos quienes diseñan la política de repartición de ganancias o dividendos en la empresa. Esta orientación encuentra su explicación en la construcción de la familia dentro de un sistema económico capitalista; la interpretación de Engels (1963) cobra sentido al indicar su acepción moderna, al remontarse la locución latina *id est patrimonium*; la cual se designaba a un nuevo organismo social en el que el varón tenía bajo su dominio a su mujer, hijos y a cierto número de esclavos. En este *protectorado* se incluían también la patria potestad de todos ellos. En palabras de Felairán (2005) Engels hizo un importantísimo aporte a la teoría marxista de la familia, al descifrar las leyes que rigen su evolución histórica. Así pues, la empresa familiar se conforma como tal cuando el padre —padre fundador—, invierte su patrimonio, o parte, para el inicio del *protectorado* denominado negocio. Los integrantes de la familia se incorporan a la empresa como parte "natural" del proceso ante la falta de liquidez para el pago de sueldos o salarios de personal ajeno a ella. En este orden de ideas, Felairán (2005) coincide en advertir la capacidad de la acción emprendedora de los integrantes de una familia, al representar una forma de ascenso social. Kilenthong y Rueanthip (2018) complementan estos hallazgos cuando un trabajador de una empresa familiar va desarrollando experiencias específicas que aumentan la posibilidad de independizarse para crear su propio negocio en algún momento, sin que necesariamente sea familiar del jefe propietario debido a que conoce sus implicaciones en cuanto al manejo de diferentes recursos y el número de horas de dedicación requeridas para que el negocio sobreviva. Igualmente son pertinentes algunos estudios sobre la orientación emprendedora llevados a cabo por Arzubuaga, Iturralde y Maseda (2012), quienes distinguieron cinco dimensiones: innovación, proactividad, capacidad para tomar riesgos, autonomía y competitividad agresiva, relacionadas con procesos, métodos y actividades de toma de decisiones (Santamaría, Moreno, Torres y Cadrazco, 2013). Es el eje primordial revelan la relación sobre el cual descansan las dimensiones organizacional, psicológica, social y socioeconómica, cada una se imbrica entre empresas familiares y emprendimiento. Serrano, Pérez, Palma y López (2016) se ocuparon de desarrollar un análisis bibliométrico para identificar los artículos de *alto impacto* en publicados en bases de datos académicas. Entre

2011 y 2013 encontraron sólo un 4,91% de investigaciones relacionadas directamente con algún tema de emprendimiento y empresa familiar. Este tipo de ejercicios dan cuenta de un vacío teórico que involucra las dos variables, dejando de lado también aspectos como propiedad o aprendizaje organizativo alrededor de lo que algunos llaman *espíritu emprendedor*. En otras palabras, refieren a la orientación emprendedora de la empresa familiar.

1.3. Empresa familiar y género

Desde el punto de vista de Leach (2010), fue en la década de los ochenta del siglo XX cuando se presentó un aumento en el número de mujeres propietarias de empresas. Se presupuso que las mujeres suelen ser más creativas que los varones. Con estas ideas se iniciaron comparaciones entre géneros, si bien ahora se podrían asumir presuposiciones centradas en los estereotipos, hace treinta años no se reconocía ampliamente el papel de la mujer en los negocios debido a la existencia de la ceguera de género (Burin, 2008). La mujer tenía entre sus mayores motivaciones transgredir aquellas barreras impuestas por los varones. Barbeito, Nieto y Crespo, (2012) coinciden con Díaz, Pérez y Díaz (2015) en evidenciar la necesidad y el reclamo de reconocer un cambio de las condiciones sociales que iban sumando a las mujeres en la esfera empresarial, ya como jefas dueñas. Con el transcurso de los años las mujeres fueron alcanzando un alto grado de formación académica para insertarse en los negocios a la par que los varones. Sin embargo, persiste la discriminación al limitar sus posibilidades de promoción profesional dentro de las empresas familiares, ya que en su mayoría son apartadas de la dirección de las mismas y sólo en casos extremos como el fallecimiento prematuro del jefe o director ejecutivo, la mujer — esposa o hija— se ve obligada a ocupar su mandato de género, supeditada al varón.

Aun así y retomando la idea de las diferentes investigaciones que muestran a las hijas como sucesoras de la dirección en los negocios familiares, en su mayoría, cuando las descendientes son exclusivamente mujeres, los padres prefieren vender el negocio antes de heredarlo a una mujer como responsable ejecutiva, aún si son primogénitas. Este mecanismo de exclusión detona distintos niveles de conflicto al interior de las familias. Se reproducen mecanismos de control de género para atenuar estas tensiones como la protección de las mujeres frente a los retos que impone la dirección empresarial. Se menosprecia la formación académica de las mujeres —esposas o hijas— y sus posibilidades como líderes, en otras circunstancias también se considera la posibilidad de que la hija contraiga matrimonio extendiendo así la responsabilidad empresarial a su marido incorporando un compromiso con su nueva familia (Leach, 2010).

Con estos escenarios, la perspectiva de género en el campo empresarial se traduce en expresiones de poder comunicados por medio de tradiciones, convencionalismos alojados en una sociedad patriarcal, que son trasladados a la división sexual del trabajo (Meler, 2004).

El emprendimiento se ve influenciado por la variable sexo genérica, así, la mayoría de empresas familiares están sujetas procesos de comunicación que llevan un mandato de género. Es decir, lo que significa ser un varón o mujer dentro del ámbito empresarial se vincula con el rol de esposa e hija, su posición en el negocio determina el acceso al conocimiento estratégico como es la situación financiera. La principal tensión, a nivel personal, significa conciliar entre el trabajo y la familia de manera que logre equilibrar las dos esferas sacrificando sus intereses personales (Ceja, 2008; Díaz et al., 2015). Según lo descrito por Hollander y Bukowitz (s.f), las empresas familiares cuentan con todo el potencial para desarrollar las capacidades empresariales de las mujeres, al fungir como espacios de aprendizaje colectivo. Sin embargo, la reproducción de los mandatos de género —varón proveedor, mujer hogareña— como parte de la cultura dominante hetero patriarcal que contiene tecnologías y dispositivos de género como productores de relaciones y subjetividades (Amigot y Pujal, 2009), se colocan como barreras estructurales para acceder a oportunidades no solo en la empresa, sino también a limitaciones de actuación debido a una rígida dinámica familiar con normas, roles, estructuras y expectativas sociales. En ese sentido, la progresión de estas normas y roles definen los límites de la aprobación y la exclusión (Castiblanco, 2013). Tal y como lo indican estas autoras, el género es asumido

como un dispositivo de poder que se naturaliza cada vez que se reproduce la propia dicotomía del sexo y las subjetividades asociadas a ella. Así se comprende por qué el primogénito *tendría* que heredar el rumbo ocupando un lugar privilegiado dentro de la estructura jerárquica solo por nacer varón, en caso de no cumplirse este mandato detonaría subjetividades opuestas a dicha naturalización generando múltiples conflictos.

2. Metodología

El enfoque de la presente investigación fue de tipo cualitativo, se realizó en dos etapas. Se buscó captar el sentido de la experiencia del trabajo en las empresas familiares así como la percepción en la convivencia (Silva, Lopes y Diniz, 2008). Como estrategia de investigación se buscó acercarse a objetos culturales y a los ideales de los emprendedores. La primera etapa se compuso de un trabajo bibliométrico en las bases de datos de la Cámara de Comercio y del Sena Seccional Sogamoso que proporcionaron información sobre las empresas de la región. Los criterios de búsqueda, superior a cinco años, se seleccionaron mediante volumen, evolución, visibilidad y estructura de tiempo de funcionamiento. También se consideró edad de los participantes, apoyos de capital semilla recibidos para su puesta en marcha y consolidación en el mercado. El trabajo de campo se desarrolló en el municipio de Sogamoso, situado en el centro-oriente del departamento de Boyacá en la región del Alto Chicamocha, Colombia. La segunda etapa brindó mayor riqueza en los datos por la aplicación de entrevistas semiestructuradas a un grupo de ocho mujeres y ocho varones propietarios de empresas familiares producto de emprendimientos. La segmentación de los entrevistados tuvo en cuenta: género, edad, giro de empresa, posición en el negocio y pseudónimo de identificación. Se utilizó el formato de bloques de preguntas organizadas en temas específicos alrededor de dinámicas familiares y procesos de emprendimiento. Los resultados presentan algunas prácticas de género vinculadas al emprendimiento. Se reconoce la existencia de saltos generacionales entre los entrevistados.

2.1. La dimensión familiar del emprendimiento desde cinco problemáticas

La creación de empresas no se constriñe a un proceso económico, en empresas familiares hay un acompañamiento (Castiblanco, 2013; Gutiérrez, 2015). En las empresas estudiadas del municipio de Sogamoso se aprecian algunos cambios y coincidencias sobre el emprendimiento. Se identificó que en la puesta en marcha de la empresa fue fundamental la ayuda de familiares. Los integrantes que participaban en el negocio lo hacían sin percibir remuneración económica, con muy poca o ninguna experiencia. La baja formalización por medio de contratos o definición de puestos por escrito representó una fuente de conflictos. Los resultados más relevantes del análisis realizado se agrupan cinco problemáticas: 1. Separación de los problemas de la familia con los del negocio; 2. Sucesión y relevo generacional; 3. Apoyo de la familia a los emprendedores; 4. Formación para el emprendimiento; y 5. Apoyo con capital semilla para la formación de nuevos emprendimientos.

2.1.1. Separación de los problemas de la familia con los del negocio

La existencia de conflictos emanados de las relaciones de la familia se puede fácilmente trasladar a la empresa o viceversa, lo que le añade otros factores a la ya compleja relación existente, haciendo que se confunda lo personal con lo laboral y los lleve a tener problemas relacionados directamente con el desempeño de la empresa, tal como lo explica Sofía quien ahora maneja la empresa de su padre: *"La verdad, separar la parte empresarial de la familia es bien complejo, porque casi todo el tiempo estamos hablando qué se va a hacer, cómo se hizo, cómo estuvieron las ventas, cómo nos fue con ese cliente, cómo podemos mejorar, todo el tiempo estamos enrolados todos como en esa rueda que va girando todos los días, todos sabemos todo el tiempo qué pasa y cómo podemos ayudar"*. Además en estas organizaciones puede ocurrir que al no poner límites claros frente a lo que se puede y no se puede hacer en una empresa, los empleados-familiares se pueden extralimitar en su papel dentro de la misma, tal como lo comenta Olga, una emprendedora-empresaria que lleva

muchos años con su negocio de alimentos, ella explica: *"Un negocio familiar tiene muchos más tropiezos debido a que cada persona hace lo que quiere, por ejemplo la tía dice "me llevo esto porque lo necesito", se vuelve todo muy paternalista y cualquiera necesita para algo y ya lo tiene, entonces en el caso de otra persona que la empresa no es familiar, tiene sus trabajadores y les paga y hasta luego y si ya le están robando, pues los despide, pero uno qué hace con un familiar?, que se lleven una cosa y otra y ahí uno deja de estar ganando".* En otros casos, cuando se le delegan responsabilidades y se espera sucesión para los hijos se observa una menor inconformidad con el trabajo, ya que no se labora con miembros de la familia extendida y se suponen menos problemas debido a que es más cercana la autoridad de los padres-emprendedores, así como lo explica Paulina, una emprendedora-empresaria de la industria de alimentos: *"Sí, de hecho son mis hijos los que están direccionando la empresa, entonces mi hijo está encargado de todo lo que está en el área de ventas y mi hija en el área gerencial, entonces lo que mi esposo y yo estamos haciendo es darles apoyo a cada uno de ellos".* En este discurso, Paulina no habla de inconvenientes o falta de autoridad, en primer lugar porque ella y su esposo de forma conjunta ejercen el control y en segundo lugar porque sus hijos son jóvenes profesionales que crecieron a la par con la empresa y finalmente porque no hay presencia de familia extendida.

2.1.2. Sucesión y relevo generacional

Tal como lo afirman Macías y Ramírez (2011), la sucesión de la empresa, representa un evento de mucha tensión entre la familia, en muchas ocasiones porque la empresa no está preparada y porque cuando son varios hijos, puede haber desacuerdo entre ellos ante la decisión del padre, de la madre o de los dos, frente a quién debe tomar la dirección de la empresa. Cuando en la empresa hay presencia de familia extendida, la situación es peor, tal como lo afirman Quejada y Ávila (2016) debido a los conflictos internos. Lo anterior se observa en el relato de Olga: *"Aquí todo el mundo se tomó la confianza de hacer lo que quiere, gracias a Dios yo aún estoy aquí, hasta para los hijos y todo, pero mi hija es la encargada, la que está pendiente aquí, ella le ha entregado su vida a esto, pero entonces aquí nadie la respeta ni entiende que el negocio es de ella, porque ya lo he delegado para ella, eso es uno de los problemas"*

Entre tanto, para otros emprendedores-empresarios que no han enfrentado los inconvenientes de Olga, su sueño es poder trascender en el tiempo con su empresa y que sus hijos y sus nietos en el futuro puedan continuar con esos anhelos, tal como lo expresa Paulina: *"Me gustaría que trascendiera porque veo a mis hijos proyectarse entonces el anhelo de uno y más en este tiempo que es tan difícil conseguir empleo y que se logran contratos a un año y estar cambiando me parece muy complicado. El hecho de ellos continuar una empresa eso les ayuda a sostenerse en el tiempo y ser ejemplo para su siguiente generación".* También se observa que las mujeres tienen más tendencia a pensar en el futuro, tal como lo dice Camila: *"A día de hoy con mi esposo tenemos claro que esta empresa es el futuro de nuestros hijos y nietos y demás generaciones, han sido muchos sacrificios que se han hecho y..."*. También Rosalba emprendedora-empresaria de chocolatería artesanal tiene una opinión muy parecida: *"Para el futuro me gustaría que mis hijas continúen manejando la empresa y poderles dejar algo grande y de la mano de Dios verlas ahí y que ganen su buena plata y se sientan bien y que sea todo exitoso".* En el caso de los hombres entrevistados, se encuentra que no hablan mucho del tema, se observan más cortoplacistas en cuanto al deseo de continuidad de la empresa, es decir que se interesan más en lo que está ocurriendo en el ahora, que en lo que puede pasar en el futuro. También hay familias que llevan tanto tiempo trabajando juntos, que para ellos es más fácil continuar su labor sin preocuparse si haya alguien que ejerza autoridad, sino que siguen trabajando cada uno en un cargo que se le facilite y le guste, tal como nos comenta Laura, administradora de un negocio familiar de materiales de construcción: *"Lo que pasa es que nosotros no nos enfocamos tanto en quién ejerce el liderazgo, sino que miramos las capacidades de cada uno, ósea que le gusta hacer y lo hace bien simplemente es así".* El relevo generacional implica diversos problemas al interior de las empresas. Para quienes ya han empezado el proceso reconocen que no es fácil, mientras quienes no han pensado en ello por ahora debido a la corta edad de las empresas, hasta el momento es un sueño del

futuro de los hijos, en especial para las mujeres quienes en su discurso expresan esos anhelos.

2.1.3. Falta de apoyo de la familia a los emprendedores

El apoyo de la familia es fundamental para la modalidad de emprendimiento aquí analizada. Durante el trabajo de campo se evidenció la relevancia del apoyo desde el hogar; la participación de las mujeres en el desempeño de tareas domésticas facilita a los varones enfocarse al negocio alcanzando así resultados que garantizan al negocio permanecer en el mercado. En el caso de las mujeres que carecen de este apoyo manifiestan soledad y ansiedad por cubrir las actividades que demanda el negocio y el hogar si hay hijos. El manejo emocional es un tema difícil de exteriorizar en el terreno empresarial. La realización profesional, por medio del crecimiento del negocio, cuando no existe un familiar provoca esfuerzos de distinto tipo, tanto físicos y emocionales. A diferencia del varón que tradicionalmente se le educa a contener sus emociones como una forma esperada de lo que "es ser hombre" (Meler, 2004); la mujer, en cambio, busca exteriorizar abiertamente sus expectativas, ilusiones y preocupaciones como en el caso de Rosalba quien expresa: *"Yo siempre me he hecho sola, no ha sido con la compañía de un esposo, inclusive cuando vimos que ésta era una realidad de la empresa, entonces ahí si mis hijas empezaron a ayudarme, pero antes yo era totalmente sola"*. En el caso de Marcos, un emprendedor-empresario de manufactura, su discurso se muestra tranquilo y natural al comentar la falta de apoyo de su esposa, pero en ningún momento reconoce que esa situación lo puede llegar a afectar en su desempeño: *"...entonces me presenté a ingeniería industrial porque consideré que era una carrera con más campo de acción y yo siempre quería desarrollar mi propia empresa, crear mis propios proyectos y pensé que esa carrera era perfecta para mí, pero siempre tengo inconvenientes con mi esposa porque siempre ella me dice: vaya y busque un trabajo, pero no se fija que yo estoy feliz haciendo mi propia empresa..."*. La construcción social del género y los roles asignados a mujeres y hombres muestran patrones de conducta en donde se generaliza que las mujeres son más emotivas y reconocen con mayor facilidad el perjuicio que causa la falta de apoyo de la familia, mientras que los hombres se les dificulta aceptar lo que les significa no tener el apoyo de su pareja.

2.1.4. Formación para el emprendimiento

El debate en torno al impulso del emprendimiento, ha generado la realización de múltiples acciones encaminadas sobre todo en la formación de las personas para provocar la iniciativa empresarial, sin embargo se ha caído en un encasillamiento de creer y hacer creer a otros que el emprendimiento se reduce a la elaboración de planes de negocio (Orrego, 2014), sin tener en cuenta aspectos relativos a las subjetividades de cada individuo. De esta forma se observa que en las instituciones de educación superior se ha privilegiado la orientación hacia los mercados, olvidando el propósito básico de la formación de las personas, principalmente porque se enseñan formas de pensar, hablar y comportarse, y se olvida la reflexión sobre lo que significa emprender y cómo las comunidades deben estar presentes, lejos del pensamiento individualista que se termina promulgando en dicha formación (Knight, 2013). Como ya se explicó, los emprendedores/as-empresarios/as analizados en el presente trabajo con menores tiempos de funcionamiento de sus empresas, tienen en su mayoría una carrera profesional y por tanto, de acuerdo con la orientación disciplinar de su pregrado recibieron en mayor o menor medida una formación para el emprendimiento. Sin embargo en sus respuestas se siente un sentimiento de frustración frente a muchos temas que consideran se debieron estudiar en la universidad pero que se aprendieron a la fuerza en la práctica, tal como le comenta Jorge, ingeniero y propietario de una empresa metalmecánica: *"En la universidad lo preparan a uno como ingeniero para qué? Para trabajar en una empresa, para que vaya a trabajar en estructuras metalmecánicas de cualquier empresa del sector, en una cementera o en las petroleras y pare de contar, emprendimiento cero"*. De igual manera Yaneth comenta: *"Si a ti te forman desde la universidad para ser empresario, entonces de pronto tú tendrías una base más fundamentada y arrancarías con más fuerza tu proyecto, pero uno sale con la mentalidad de que solamente puede ser empleado y hacer unas funciones y ya"*. La opinión de Jorge concuerda con la de Yaneth, los dos como ingenieros expresan que en su carrera no hubo formación para emprender, lo que plantea una enorme

pérdida, debido a que en este tipo de disciplinas existe una gran oportunidad para la innovación y creación de nuevos productos, sin embargo los egresados quedan cortos en sus conocimientos a la hora de pensar en tener su propia empresa. La formación en general se encamina en ser empleados. Entre tanto, en carreras más enfocadas en la administración, los emprendedores/as afirman haber recibido formación para emprender, pero se quejan de que faltaron muchos aspectos que nunca se les enseñaron y que en la práctica como empresarios/as, sin duda les ha causado traumatismos. Sofía comenta: *"Pues yo creo que como uno en la universidad empieza a recibir cátedras que lo direccionan con diferentes asignaturas, por ejemplo mercadotecnia donde le piden a uno que se invente un producto y le haga todo, como se produce, como lo va a vender, cuántas unidades va a vender, a qué precio y como que uno empieza a apasionarse con esas cosas, pero reconozco que siguen habiendo muchas falencias en la formación"*. Para el caso de los/las emprendedores/as-empresarios/as que no tuvieron una formación profesional al comienzo de sus emprendimientos, como aquellos que tienen empresas con más de 20 años de funcionamiento, expresan una queja debido a que su trabajo fue empírico y tuvieron muchas dificultades debido al desconocimiento de aspectos tan importantes como el estudio del mercado, las formas para hacer más eficiente la producción y en general la parte administrativa

2.1.5. Apoyo con capital semilla para la formación de nuevos emprendimientos

Existe una situación que se ha hecho evidente en las respuestas de los y las participantes de esta investigación y es la gran diferencia existente cuando se ha empezado la empresa con un apoyo de capital semilla, debido a que son unos recursos económicos importantes que le pueden significar empezar sin deudas, mientras que quienes empiezan con recursos propios pueden haber tardado años ahorrando para lograrlo o haber adquirido deudas, lo que los pone en desventajas frente a los primeros. De otro lado, el apoyo del gobierno no solo se da en dinero sino en asesoría y fortalecimiento, lo que implica que las empresas nuevas empiezan su vida con un nivel de formalización y una estructura sólida. Así lo afirma Paulina: *"Aquí en Colombia, pienso yo, que el emprendedor en años pasados arrancaba de ceros, eso hace que la diferencia sea muy grande con aquellos que reciben el apoyo del gobierno, porque cuando hay un capital anterior surgen y crecen muy rápido, en menos de nada tienen empresas supremamente grandes y en cambio nosotros, solo hasta las segundas y terceras generaciones puede verse el resultado y el fruto del trabajo"*. En el caso de una persona que recibió capital semilla, la opinión es diferente y a pesar de que se reconoce la ayuda recibida, hay una queja por la falta de un mayor acompañamiento del gobierno, así lo dice Marcos, propietario de una empresa de manufactura: *"Pues el gobierno nacional da un apoyo inicial con el fondo emprender, con capital semilla para montar la empresa, pero después dejan al emprendedor solo, no le aseguran por ejemplo mercado para el producto, es decir que la empresa ya camine, sino lo botan a uno a la deriva, y de la parte municipal prácticamente nada..."*.

3. Reflexiones finales

El estudio del emprendimiento en las empresas familiares en Sogamoso mostró que la familia es un espacio de reproducción de los patrones dominantes de género para hombres y para mujeres. Se observó que dentro de las empresas era difícil "romper" con los esquemas de género y separar familia-negocio. Se deja ver que existen relaciones de poder que se expresan entre otras cosas en la sucesión y en la toma de decisiones. La división sexo genérica del trabajo, ubica a las mujeres en ciertos empleos o como emprendedoras en ciertos sectores (comercio y servicios), esto contribuye a mantenerlas en un círculo vicioso, con esquemas mentales difíciles de romper, del hogar se traslapan a otros sectores de la sociedad.

Las perspectivas teóricas que abordan la empresa familiar constituyen un amplio abanico, que, sin embargo, debe reconsiderar situar las relaciones de poder y las asimetrías en el trabajo para comprender la continuidad empresarial en organizaciones de este tipo. Por último, la iniciativa emprendedora en las empresas familiares poseen ventajas sobre aquellas que no lo son, ya que aspectos como ofrecer empleo digno para los miembros de la

familia y el deseo de trascender en el tiempo le dan características especiales que incentivan el capital social al lograr trabajadores comprometidos y motivados, debido a que sus objetivos personales, se encuentran alineados con los objetivos del negocio. Cuando los colaboradores de una empresa también son miembros de una familia, la comunicación, el liderazgo, el orden jerárquico, se resignifica en distintos sentidos.

Referencias

- Amigot, P. y Pujal, Margot. (2009). Una lectura del género como dispositivo de poder. *Sociológica*, 24(70), 115-151.
- Arzubiaga, U., Iturralde, T. y Maseda, A. (2012). La medición de la Orientación Emprendedora en las empresas familiares: una revisión crítica de la literatura. *Revista de Empresa Familiar*, 2(2), 57-71
- Barbeito, S., Nieto, A. y Crespo, D. (2012). El efecto género en la empresa familiar. *Boletín económico de ICE*, (3022), 45-53
- Benavides, C., Guzmán, V. y Quintana, C. (2011). Evolución de la literatura sobre empresa familiar como disciplina científica. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 14(2), 78-90
- Burín, M. (2008). Las "fronteras de cristal" en la carrera laboral de las mujeres. Género, subjetividad y globalización. *Anuario de Psicología*, 39(1), 75-86.
- Castiblanco, S. (2013). La construcción de la categoría del emprendimiento femenino. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*. 21 (2). 53-66.
- Ceja, L. (2008). El papel de la mujer en la empresa familiar: el reconocimiento de un rol crítico pero a veces invisible. *IESE Business school*, (38)
- Cánovas, C. (2018). El negocio familiar, medio de una mujer jalisciense para ser autónoma, estudiar y ejercer su formación profesional. *Administración y Organizaciones*, 21(40), 211-228.
- De La Garza, M., Medina, J. y Díaz, J. (2007). Empresas familiares: sus fortalezas y debilidades. Estudio multicaso. *X asamblea general de la ALAFEC*, Santo Domingo
- De La Rosa, A., Lozano, O. y Ramírez, J. (2009). Organización, empresa y familia: de la empresa familiar a la organización familiar. *Gestión y estrategia*, 36, 17-36
- Díaz, M., Pérez, E. y Díaz, E. (2015). Equilibrio de género en la pequeña empresa familiar: el papel del protocolo. En: *Estudios sobre el futuro Código Mercantil: libro homenaje al profesor Rafael Illescas Ortiz*. Madrid: Getafe
- Durán, J. y San Martín, J. (2013). Estudio comparativo de la empresa familiar en México en el contexto mundial. *Revista de estudios en contaduría, administración e informática*, 2(5), 21-54
- Echezárraga, J. (2010). *Empresas familiares. Reto al destino*. Buenos Aires: Granica.
- Engels F. (1963) El origen de la familia, la propiedad privada y el estado. En: Marx C, Engels F. Obras Escogidas en tres tomos. T III. La Habana: Editora. Política. p.189-214.
- Felairán M. (2005). Una revisión teórica de modelos aplicados a la empresa familiar. *Omnia*, 11 (3) 2-19
- Goyzueta, S. (2013). Modelo de gestión para las empresas familiares con perspectivas de crecimiento y sostenibilidad. *Perspectivas*, 16(31), 87-132.
- González, L. Castruita, E. y Mendoza R. (2018) Caracterización de las empresas familiares, *Pensamiento & Gestión*, Número 44.
- Gros, A. (2016). Alfred Schutz, un fenomenólogo inusual: una reconstrucción sistemática de la recepción schutziana de Husserl. *Discusiones Filosóficas*, 17(29), 149-173.
- Gutiérrez, S.(2015). Emprendimiento en las empresas familiares. *Revista Iberoamericana*

de Contaduría, Economía y Administración, 4(7).

Hollander, B. y Bukowitz, W. (s.f). Mujeres, cultura familiar y empresa familiar. Clásicos de FBR en español, 136-142

Irigoyen, H. (2005). *La empresa familiar en América Latina*. Buenos Aires: Macchi

Kilenthong, W. y Rueanthip, K. (2018). Entrepreneurship and family businesses in Thailand. *Asian-Pacific Economic Literature*, 77-93

Knight, M. (2013). "New markets must be conquered": Race, gender, and the embodiment of entrepreneurship within texts. *The Canadian Geographer*, 57(3), 345-353

Leach, P. (2010). *La empresa familiar*. Buenos Aires: Granica.

Meler, I. (2004). Género, trabajo y familia: varones trabajando. Subjetividad y Procesos Cognitivos, Recurso en línea, consultado el 5 de febrero de 2019.

Disponible en:

https://xenero.webs.uvigo.es/profesorado/mabel_burin/articulo_irene_meler.pdf

Moreno, S. y García, A. (2014), Sistema para la evaluación de capacidades de innovación en pymes de países en desarrollo: caso Panamá, *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 22 (2).

Macías, V. y Ramírez, D. (2011). Sucesión en empresas familiares. Análisis desde la teoría de la agencia. Caso: Caldas. *Criterio Libre*, 9(15), 193-212

Ojeda, E. y Chu de Fung, S. (2013). Entender y fomentar el emprendimiento en empresas familiares. *Debates IESA*, 18(1), 30-34.

Orrego, C. (2014). La voluntad de emprender: un estudio Fenomenológico. *Estrategias*, 12(22), 17-28.

Otero, S. y Taddei, C. (2018), Competitividad de empresas familiares, *Interciencia*, 43 (4), 236-241.

Parra, P. Botero S. y Montoya A. (2017) Estudios de rendimiento en las empresas de familia. Una nueva perspectiva, *Estudios Gerenciales*, 33 (142), 76-86.

Prieto, C. (2014). *Emprendimiento. Conceptos y plan de negocio*. Ciudad de México: Pearson Educación

Quejada, R. y Ávila, J. (2016). Empresas familiares: Conceptos, teorías y estructuras. *Revista escuela administración de negocios*, (81), 149-158

Reyes, C. y Briano G. (2018), "Las mujeres en posiciones de liderazgo y la sustentabilidad empresarial: evidencia en empresas cotizadas de Colombia". *Estudios Gerenciales*, 34 (149), 385-398.

Rueda, J. y Rueda, M. (2017), Modelo econométrico de gestión exitosa para la empresa familiar colombiana, *Revista Finanzas y Política Económica*, 9 (2), 319-344.

Sabater, R., Sánchez, G. y Carrasco, A. (s.f). Las dimensiones de la retribución en la empresa familiar: marco teórico y evidencia empírica: Recuperado de: <http://www.biblioferrersalat.com/media/documentos/IdP826.pdf>

Sandoval, J. y Guerrero, E. (2010). Empresas familiares en Colombia: Hacia la construcción de un modelo de gestión comercial. *Revista U.D.C.A Actualidad & Divulgación Científica*, 13 (1), 135-146

Santamaría, A., Moreno, E., Torres, E. y Cadrazco, W. (2013). La influencia de la familia en el emprendimiento empresarial - el caso de tres pymes de los sectores comercial y de servicios de la ciudad de Sincelejo Sucre. *Revista Pensamiento Gerencial*, (13).

Serrano, A., Pérez, M., Palma, M. y López, M. (2016). Emprendimiento: visión actual como disciplina de investigación. Un análisis de los números especiales publicados durante 2011-2013. *Estudios gerenciales*, (32), 82-95

Silva, J., Lopes, R., y Diniz, N. (2008). Fenomenología. *Revista Brasileira de Enfermagem*, 61(2), 254-257.

1. Profesora investigadora en la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Doctoranda en Administración en la Universidad Autónoma de Querétaro. sandra.zambrano01@uptc.edu.co

2. Profesor investigador en la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco, Ciudad de México. Doctor en Estudios Organizacionales por la Universidad Autónoma Metropolitana. Posdoctorado en Estudios de Género por la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, Argentina. avazquezg@correo.xoc.uam.mx

3. Profesora investigadora en la Universidad Autónoma de Querétaro, México. Doctora en Estudios Organizacionales por la Universidad Autónoma Metropolitana, Posdoctorado en Estudios de Género por la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, Argentina. alejandra.urbiola@uaq.mx

Revista ESPACIOS. ISSN 0798 1015
Vol. 40 (Nº 22) Año 2019

[\[Índice\]](#)

[En caso de encontrar algún error en este website favor enviar email a [webmaster](#)]