

COMMERCIUM PLUS

Volumen 7 • Enero-Diciembre de 2025

ISSN-L 2683-1708

7



UNIVERSIDAD DE COLIMA

Universidad de Colima

Dr. Christian Jorge Torres Ortiz Zermeño
RECTOR

Mtro. Joel Nino Jr.
SECRETARIO GENERAL

Dra. Xóchitl Angélica R. Trujillo Trujillo
COORDINADOR GENERAL DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

Mtro. Jorge Martínez Durán
COORDINADOR GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Mtro. Adolfo Álvarez González
DIRECTOR GENERAL DE PUBLICACIONES

Dr. Noé López Alvarado
DIRECTOR FACULTAD DE COMERCIO EXTERIOR

Dr. Carlos Méndez González
DIRECTOR (Editor responsable)

Mtra. Leticia Bermúdez Aceves
Directora Editorial

Mtro. Jorge Arturo Jiménez Landín
Programa Editorial Periódico

Consejo Editorial

Dr. Ariel Gutiérrez Ortiz, Universidad de Colima
Dr. Noé López Alvarado, Universidad de Colima
Dr. Aurelio Deniz Guizar, Universidad de Colima
Dr. Carlos Méndez González, Universidad de Colima
Dr. José Emmanuel López Luna, Universidad de Colima
Dr. Germán Israel Silva Aguilar, Universidad de Colima
Dra. Eréndira Yareth Vargas López, Universidad de Colima

Árbitros/Dictaminadores (Externos)

Dr. Christian de la Luz Tovar, Universidad del Mar
Dr. Mario A. Mendoza Sánchez, Universidad de Sonora
Dr. Eliseo Díaz González, El Colegio de la Frontera Norte
Dra. Belém Vásquez Galán, El Colegio de la Frontera Norte
Dr. Jorge Carrillo Ontiveros, El Colegio de la Frontera Norte
Dr. Alejandro Díaz Bautista, El Colegio de la Frontera Norte
Dra. Leticia Hernández Bielma, El Colegio de la Frontera Norte
Dr. Jorge Eduardo Mendoza Cota, El Colegio de la Frontera Norte
Dr. Cuauhtemoc Calderón Villareal, El Colegio de la Frontera Norte
Dr. Adelaido García Andrés, Universidad Autónoma de Nuevo León
Dra. Sarahí Sánchez León, Universidad de Quintana Roo, Campus Chetumal
Dr. Isaac Leobardo Sánchez Juárez, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez
Dr. Joel Bonales Valencia, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Dr. Carlos Ortiz Paniagua, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Dra. Priscila Ortega Gómez, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Dr. Enrique Armas Arevalos, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Dr. Zoé Tamar Infante Jiménez, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Dr. Marco Alberto Valenzo Jiménez, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Dr. David Rocha Romero, Universidad Autónoma de Baja California, Campus Tijuana
Dr. Luis Ramón Moreno Moreno, Universidad Autónoma de Baja California, C. Mexicali

COMMERCIUM PLUS, volumen 7, Enero-Diciembre 2025, es una publicación electrónica anual editada por la Universidad de Colima a través de la Facultad de Comercio Exterior, Av. Elías Zamora Verduzco No. 269. Valle de las Garzas, Manzanillo, Colima. C.P. 28219. Teléfono (314) 331 12 13 Ext. 53611. <https://revistasacademicas.ucol.mx/index.php/commerciumpplus> commerciumpplus@ucol.mx. Editor responsable Carlos Méndez González. Reserva de Derechos al Uso Exclusivo No 04-2015-121718065200-203, ISSN-L 2683-1708. Ambos otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Responsable de la última actualización de este número, Facultad de Comercio Exterior, Dr. Carlos Méndez González, Av. Elías Zamora Verduzco No. 269. Valle de las Garzas, Manzanillo, Colima. C.P. 28219. Última modificación 2025.

SUMARIO

COMMERCIUM PLUS - ISSN 2681-1708 - VOLUMEN 7

e0701

Emprendedurismo femenino en el municipio de Puebla, Puebla, México

El presente artículo analiza la participación de las mujeres en el sector empresarial del municipio de Puebla, destacando su comportamiento en el emprendedurismo y la administración de su negocio. La investigación es de tipo cuantitativa, donde los datos obtenidos a través de una encuesta demostraron que la mayoría de las emprendedoras poblanas, tienen microempresas con menos de 10 empleados y dedican entre 4 y 6 horas diarias a sus negocios. El 52% de las emprendedoras invirtió entre \$1,000 y \$10,000 pesos mexicanos para iniciar sus negocios, principalmente financiados con ahorros personales. El 74% no realizó un estudio de mercado previo, el 62% se encuentra dentro de la informalidad y el 38% no lleva ningún tipo de contabilidad.

e0702

El estereotipo de género asociado a los roles de poder y trabajo de la mujer en el ejercicio de la Contaduría Pública en MIPYMES

Introducción: Las mujeres identifican que cuentan con las mismas capacidades y habilidades para competir profesionalmente que los hombres, pero en la actualidad deben de continuar luchando contra los estereotipos y diferencias de género mediante la participación en actividades productivas y el posicionamiento en el mercado laboral. Objetivo: Conocer la relación entre la percepción que tienen las mujeres profesionistas y el estereotipo de género asociado a los roles de poder y trabajo de las mujeres que ejercen la contaduría pública. Métodos: Se realizó una encuesta con enfoque descriptivo a una muestra de 46 profesionistas del área de la contaduría, con la finalidad de contrastar y comparar la hipótesis definida con la percepción de las encuestadas. Resultados y discusión: En la percepción que tienen las mujeres sobre el ejercicio de la contaduría pública intervienen el ambiente, es decir, se identificó que el área contable opera en equilibrio, lo que no clasifica la carrera como masculina o femenina. Conclusión. Las mujeres perciben que tienen las mismas capacidades y habilidades que los hombres, lo cual fomenta la competencia en el mercado laboral y facilita que las mujeres encabecen puestos directivos. Ellas han roto estereotipos que identifican su preferencia al desarrollo de su vida personal antes que la profesional. Sin embargo, continúan existiendo estereotipos y diferencias de género asociados a los roles de poder y trabajo. Las mujeres buscan participar cada vez más en actividades productivas para eliminar dichos estereotipos y posicionarse en el mercado laboral sin limitaciones para desarrollar su carrera profesional.

SUMARIO

COMMERCIUM PLUS - ISSN 2681-1708 - VOLUMEN 7

Emprendedurismo femenino en el municipio de Puebla, Puebla, México

Female Entrepreneurship in the Municipality of Puebla, Puebla, Mexico.

Recibido: 19/10/2024

Aceptado: 28/02/2025

Publicado: 08/04/2025

Lucila Leyva Cortés¹
José Mauro Larios Sánchez²

<https://doi.org/10.53897/RevCommerP.2025.07.01>

Resumen:

El presente artículo analiza la participación de las mujeres en el sector empresarial del municipio de Puebla, destacando su comportamiento en el emprendedurismo y la administración de su negocio. La investigación es de tipo cuantitativa, donde los datos obtenidos a través de una encuesta demostraron que la mayoría de las emprendedoras poblanas, tienen microempresas con menos de 10 empleados y dedican entre 4 y 6 horas diarias a sus negocios. El 52% de las emprendedoras invirtió entre \$1,000 y \$10,000 pesos mexicanos para iniciar sus negocios, principalmente financiados con ahorros personales. El 74% no realizó un estudio de mercado previo, el 62% se encuentra dentro de la informalidad y el 38% no lleva ningún tipo de contabilidad.

Palabras clave: Emprendimiento, mujeres emprendedoras, feminismo y municipio de Puebla.

Abstract:

This article aims to analyze the participation of women in the business sector of the municipality of Puebla, highlighting their behavior in entrepreneurship and business management. The research is quantitative, for which a survey was applied. The quantitative data obtained on the entrepreneurs of the municipality of Puebla were that the majority of the entrepreneurs from Puebla have microenterprises

1 Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Puebla, México. <https://orcid.org/0009-0006-0148-7414>.
Correo: lucila.leyvacortes.fa@viep.com.mx.

2 Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Puebla, México. <https://orcid.org/0000-0002-2957-1363>.
Correo: jose.larios@correo.buap.mx.

with less than 10 employees and dedicate between 4 and 6 hours a day to their businesses. 52% of the entrepreneurs invested between \$1,000 and \$10,000 Mexican pesos to start their businesses, mainly financed with personal savings. 74% did not carry out a previous market study, 62% are in the informal sector and 38% do not keep any type of accounting.

Keys words: Entrepreneurship, women entrepreneurs, feminism and municipality of Puebla.

Clasificación JEL: B5 - Enfoques heterodoxos actuales; B54 - Economía feminista

Introducción

En las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el empoderamiento de las Mujeres (ONU-Mujeres), se ha intentado alcanzar una vinculación con los medios de sostenibilidad y de vida, lo que les permite atender a sus familias, ser económicamente independientes y resilientes ante los cambios climáticos, sin embargo, las labores y cuidados del hogar son concebidas como trabajo no remunerado.

A decir de las labores del hogar; la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2023), señala en el Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y el Caribe, que existe una brecha de género en el trabajo remunerado y no remunerado, lo que significa que éstas desarrollan actividades dentro de la vida personal y privada sin pago alguno.

En México, la columna vertebral que sostiene la economía del país la constituye las micro, pequeñas, y medianas empresas. Según el Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI. 2022), existen 4,1 millones de pequeñas y medianas empresas, que representan un 95.4 %; de las cuales 3.6 son pequeñas, y 0.8 son medianas. Lo que significa que estas contribuyen al 52 % del PIB. Sin embargo, cuentan con un alto porcentaje de quiebra en los primeros cinco años de actividad. (Aguilar y Recaman, 2015); (Ledesma, 2018).

De acuerdo con datos emitidos por la Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX, 2022), apenas el 37% de las pequeñas y medianas empresas en el país, pertenecen a mujeres que se han enfrentado a la dificultad de mantener un nivel equiparable con el trabajo y las responsabilidades familiares, provocando un factor de quiebre aunado a la falta de conocimiento del mercado, falta de capital de trabajo y a la mala o nula administración del negocio.

Retomando al Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI, 2022), el 49% de las mujeres emprendedoras de México tienen entre 18 y 34 años, y el 41% entre 35 y 54 años.

Uno de los motivos principales en este sector, consiste en que la mayoría intenta satisfacer sus necesidades económico-familiares, como alimentación, vivienda, y educación, por mencionar algunos (Camarena, 2018).

Las empresarias poblanas se han concretado en el sector de comercio y servicios, las cuales explican que han decidido incorporarse a las actividades empresariales bajo los supuestos de una pérdida laboral, bajos salarios y debilitamiento de los sindicatos. (González y Sánchez, 2021)

Es a partir de lo expuesto en los párrafos anteriores que se plantean las siguientes preguntas de investigación ¿cuál es el comportamiento de los emprendimientos dirigidos por mujeres en el municipio de Puebla?, y ¿cómo contribuye al estudio teórico el tema de las mujeres emprendedoras en el municipio de Puebla?.

Dichas preguntas llevan a establecer como objetivo analizar el emprendedurismo femenino en el municipio de Puebla, a través de un diagnóstico situacional protocolario,

que permita evaluar el comportamiento que guardan las emprendedoras en el sector empresarial, para lo cual se plantean la siguiente hipótesis:

El comportamiento de las mujeres emprendedoras en el sector empresarial puede proporcionar herramientas y conocimientos específicos para contribuir al éxito de sus negocios.

Marco Teórico

En el siguiente apartado, se aborda el estado del arte, así como tres dimensiones enfocadas a las corrientes teóricas que permean en el tema de la administración científica y el emprendimiento. Se muestran también los fundamentos teóricos (paradigmas), que clarifican la consecución de la investigación para el trabajo de campo. En cuanto al tema del emprendimiento femenino, presentamos a continuación algunas de las teorías de la administración clásica que han servido de base para el desarrollo de este trabajo.

Saavedra García, Briseño Aguirre, y Velázquez Rojas (2022), afirman que diversas investigaciones con participación en la economía han constatado los problemas a los que se enfrentan las mujeres al momento de emprender. Algunos mencionan que, aunque la mujer mexicana como empresaria, ha conseguido autonomía por avances en materias escolar y laboral; estos progresos se han visto afectados por los modelos tradicionales de vida familiar, conyugal y parental. En otras palabras, a pesar de la visible presencia de la mujer en la economía, aún existen disparidades y rezagos sociales, económicos y culturales que persisten en amplios sectores de la población mexicana.

Tal es la investigación de los desafíos que mencionan las autoras Goyal y Yadav (2014), en cuanto al emprendimiento femenino, en donde sostienen que las mujeres emprendedoras están contribuyendo cada vez más al crecimiento económico de sus respectivos países. Pero, al mismo tiempo, encaran retos de mayor magnitud en comparación con los de sus contrapartes masculinas.

Por otra parte, Barhate y Patgaonkar (2012), postulan que existen factores socioculturales y de estatus en las mujeres que constituyen otro importante obstáculo para su perfeccionamiento como emprendedoras, así como el dominio característico que ejerce el varón sobre la mujer y la falta de confianza en sí mismas.

En efecto, es posible observar que en numerosas economías emergentes los maridos toman todas las decisiones, pues se perciben como jefes de familia. Las mujeres se identifican principalmente con los roles asociados al cuidado de los niños, del hogar y de las responsabilidades familiares (Sánchez-Vargas, Herrera-Merino y Perrotini-Hernández, 2015).

En general, las mujeres trabajan más tiempo que sus esposos, familiares y miembros del hogar y el trabajo es desproporcionadamente asignado a ellas (Martínez-Salgado y Rojas, 2016). Con frecuencia, las mujeres casadas dependen de forma reiterada de la actitud de su marido y del número de hijos que tienen.

Otras investigaciones han mostrado que las mujeres experimentan mayores niveles de miedo que los hombres para lanzarse a actividades de negocios. El temor a ser asaltadas sexualmente ha sido citado como una de sus razones para evitar incursionar en actividades

emprendedoras (Altamonova, Murillo y Mosquera, 2015). Igualmente, las altas tasas de criminalidad contra la mujer y los casos de acoso sexual contra las mujeres inducen a muchos esposos a justificar la dominación masculina y crean emociones negativas y miedo entre las mujeres (Narendran, 2012).

Lo anterior influye en que las mujeres tengan más probabilidades de experimentar dificultades en la creación de un trabajo y una vida equilibrada (Gilbert, 1997), en especial en su formación como emprendedoras. Por todo ello, la responsabilidad de las mujeres dependientes y las escasas demandas sociales y financieras que pueden allegarse inhiben sus oportunidades de ahorrar, prepararse, hacer crecer sus negocios y de dar espacio al desarrollo de su creatividad emprendedora.

Así pues, la posibilidad de que una mujer ejerza actividades de emprendimiento encuentra explicación en un cúmulo de factores que constituyen obstáculos para lograr este fin. Entre dichos obstáculos pueden mencionarse: el dominio que sobre ellas ejerce el varón, la falta de confianza en sí mismas, la falta de libertad económica y de apoyo familiar, el cuidado de los hijos y las responsabilidades familiares, el miedo a ser asaltadas sexualmente o ser víctimas de crímenes, el acoso sexual, el trabajo desproporcionado asignado a las mujeres, etcétera.

A pesar de todas estas situaciones adversas, a partir de la segunda mitad del siglo XX la mujer participa cada vez más como emprendedora de negocios y ocupa lugares que antes estaban asignados solo a los hombres. Rodríguez- González (2013) afirma de forma contundente que los retos que enfrenta una mujer emprendedora no son diferentes a los que afrontan los hombres. Sin embargo, el gran reto para la mujer emprendedora es que la tomen en serio.

Sin embargo, a pesar de todos estos impedimentos, Kollind (2015) ha descubierto que en América Latina el crecimiento del emprendimiento, tanto de hombres como de mujeres, ha sido de un 24%. Este dato es alentador en comparación con el resto del mundo, cuyo desarrollo fue tan solo de un 15%.

Con todo, en México, según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), las mujeres ocupan solamente el 31% de los puestos de alta dirección. Las juntas directivas de las empresas mexicanas están integradas entre un 7% y en 10% por mujeres y únicamente el 2% de las mujeres mexicanas son empresarias, mientras que los hombres alcanzan un 6% (OCDE, 2022).

En México, las mujeres ocupan menos de un tercio de los puestos gerenciales y tienen una participación de una por cada diez hombres en los puestos directivos. Aún más, así como las mexicanas, las mujeres de muchas economías emergentes según el *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*, no reciben apoyo suficiente como para que les sea fácil empezar y desarrollar una empresa (GEM, 2014).

El estado de Puebla cuenta con una superficie de 34,306 km². Es una de las 32 entidades federativas de México que se localiza al centro-oriente del país y tiene una población total de 6, 583, 278, de las cuales 3, 423, 163 (51.99%) son mujeres y 3, 160, 115 (48.01%) hombres, según el Censo de Población y Vivienda, 2020.

Puebla ha destacado a nivel nacional por empresas como “Chiles la morena”, “Italpasta”, “Chipileta”, “Leche Tamariz” y “Peñafiel”, sin embargo dichas empresas no han estado al mandó de mujeres (Rodríguez, 2024), demostrando así que es esencial que se implementen políticas que promuevan la inclusión y el empoderamiento económico de las mujeres empresarias en Puebla (Moreno, 2023).

Para poder conceptualizar y fundamentar de manera científica el objetivo de la investigación es de vital importancia analizar las siguientes teorías:

La teoría del Just in time:

El pensamiento filosófico de *Just in time* de Edward J. Hay (J. Hay, 1989), alberga conceptos como “calidad”, “eficiencia” y “disminución de costos”, términos que permean como herramienta que busca eficientar los procesos de producción; costo es hacer de la materia prima directa mínima con los recursos disponibles, lo que significa, hacer uso óptimo de los inventarios, con las menores mermas posibles.

La teoría o filosofía *Just Time* de Taiichi Ohno (Ohno, 1988), permite aprovechar los recursos, reduciendo costos para promover un impacto en la satisfacción del cliente. Asimismo, contribuye a:

- Eliminar tareas y recursos innecesarios
- Eficientar los procesos de producción
- Suministrar información en el desvío de procesos
- Reducir desperdicios
- Identificar errores y optimizar los procesos de gestión

Por lo tanto, utilizando esta teoría es posible identificar errores que se estén cometiendo en los emprendimientos dirigidos por mujeres en Puebla.

La teoría de la penta hélice:

Carayannis & Campbell (2019), enuncian un modelo de creación de conocimiento e innovación, a través de la coordinación entre cinco hélices representadas por los siguientes elementos y sus respectivas aportaciones:

1. Por el capital legal representado por las instituciones gubernamentales, de donde emana la normatividad que fomentan o inhiben la interacción entre el resto de los subsistemas o hélices.
2. Constituido por las empresas e industrias que conforman el capital económico, aportando la infraestructura dirigida a la innovación (capital, maquinaria, tecnología, talento y cualidad emprendedora).
3. El sistema educativo, integrado por las Instituciones de Educación Superior (IES) y los Centros de Investigación, etiquetado como el capital intelectual, contribuyendo con el capital humano importante para la investigación y difusión del conocimiento.
4. La sociedad y los medios de comunicación, configurando el capital social a través de la cultura y los medios de información, que inciden en las demás dimensiones a través del crecimiento demográfico, factores poblacionales.

5. El medio ambiente y los recursos naturales que conforman el capital natural, integrado por tierra, mar, minerales, plantas y animales.

En resumen, este modelo se centra en la interacción dinámica de cinco hélices, integradas por los ejes compuestos por la academia, el gobierno, las empresas, la sociedad y finalmente el medio ambiente, con el propósito de aumentar el valor en la sociedad a través del esfuerzo por promover el conocimiento y comprender una gestión que sea de calidad, apoyada en una situación en la que todos ganan (ganar-ganar) entre la ecología, el conocimiento y la innovación, dando pasos hacia un desarrollo sostenible y efectivo, en favor del equilibrio de la naturaleza, para permitir a las generaciones futuras una mejor calidad de vida, ya que tanto el modelo cuádruple hélice como Penta hélice están socialmente orientadas (Carayannis & Campbell, 2019).

La teoría de la calidad:

De acuerdo con Deming (1986), la teoría del *Total Quality Management* (TQM por sus siglas en inglés), se ha convertido en un pilar fundamental de las empresas para enfrentar el reto del cambio de paradigma en la forma de hacer negocios.

Para los años cincuenta, Deming ya había encaminado a la industria japonesa a ocupar el primer lugar de calidad en el mundo, afirmando que el 94% de los problemas de calidad en las empresas, son responsabilidad de la alta gerencia.

Actualmente esta teoría sigue aplicándose, bajo la columna vertebral de su enfoque la cual considera algunos principios, como:

1. Mejoramiento permanente del producto o servicio.
2. Abolir la práctica de hacer los negocios solamente basados en el precio, “se debe comprar calidad”.
3. Entrenar/Capacitar a los trabajadores, enseñándoles cómo hacer mejor el trabajo.
4. Erradicar el temor para que todo el mundo pueda trabajar eficientemente en la empresa.
5. Derribar las barreras que existen entre los departamentos y que impiden hacer bien un trabajo.
6. Tomar medidas para la transformación

Lo que se pretende proponer con esta teoría, son los cambios o estrategias que coadyuven al crecimiento de los negocios en el municipio de Puebla dirigidos por mujeres.

Metodología

Por otra parte, Corbeta (2007), menciona que es fundamental explorar bajo un método deductivo y una investigación estructurada, los datos que quieran comprobarse sobre un hecho, para lo cual esta investigación se basará en la encuesta, con el fin de proporcionar datos estadísticos, variables y correlaciones, que puedan medir y comprobar los diferentes aspectos a los que se enfrentan las empresarias del municipio de Puebla. A partir de esto, y del objetivo planteado en la presente investigación, se presenta la metodología que guiará el trabajo de campo.

Tipo de investigación: Cuantitativa, dada la importancia de la investigación es importante medir y analizar los resultados.

Tipo de método: Se aplicó el método no probabilístico por conveniencia, dado que la población es infinita.

Para recopilar la información se utilizó la encuesta, que de acuerdo con Gurdián (2021), es una técnica que a través de un cuestionario induce al descubrimiento, y hallazgos de información que permitirán la verificación y comprobación de resultados.

Según Hernández Sampieri (1997), un cuestionario es una de las técnicas más utilizada para la recolección de datos; este consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir, donde, se puede utilizar el escalamiento tipo Likert.

Este cuestionario sirvió de apoyo para medir las actitudes y conocimientos de las mujeres que participan en el sector empresarial del municipio de Puebla.

Resultados:

La encuesta se aplicó a 58 emprendedoras del municipio de Puebla, utilizando como herramienta un formulario en *Google Forms*; dueñas de algunos negocios como: Antojitos “La antojadera”, Composturas de ropa “El remiendo”, Pastelerías DAN, Mi casita Montessori, Abarrotes Guadalupe, Madre canela, Cemitas la cabaña, Lavandería “Burbujas”, Sincérate Poder humano, Destino Tinto, Restaurante Fat Bear, Dulce y Picosito, Electro ferretera “El Águila”, Enchulamovil, Real de Plata, Pos/tres, Clínica leben, KenBel joyería, Brasieres Edda, Hermosa & All sizes, Boutique con estilo 21, Distribuidora de huevo “Ángel López”, “Arte-Sano” Repostería Gourmet, Sweet snack, Jiménez Vinos y Licores, Step Dance Studio, Mezcal alma perdida, Sinfonía de azúcar, Fábrica de Muebles Puebla, Mora Diaz Talento y Desarrollo, Just de México, Rosa de Sarón Boutique Floral Online, Taquería el reycito, Chariz Factory, entre otros, respondieron el cuestionario.

Posteriormente, la encuesta fue validada mediante el Alfa de Cronbach obteniendo el siguiente resultado:

Tabla 1. Estadístico de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.723	10

Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos en SPSS

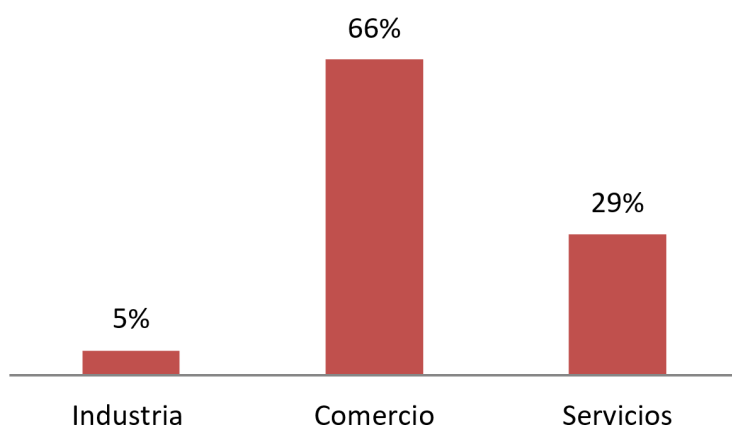
Las diez variables a analizar fueron las siguientes: ¿En qué sector se encuentra tu emprendimiento?, ¿Con cuántos empleados cuenta tu negocio?, ¿Cuántos años lleva en marcha tu negocio?, ¿Cuánto tiempo dedicas al día a tu negocio?, ¿De cuánto fue tu primera inversión?, Esa cantidad fue invertida por, ¿Hiciste algún estudio de mercado

antes de montar tu negocio?, ¿Llevas algún tipo de contabilidad?, ¿Tu negocio cuenta con RFC? Y ¿Consideras que por ser mujer tienes más dificultades en el ámbito empresarial?

Análisis estadístico descriptivo

A continuación, se muestran las tablas de frecuencias de las variables analizadas y su interpretación:

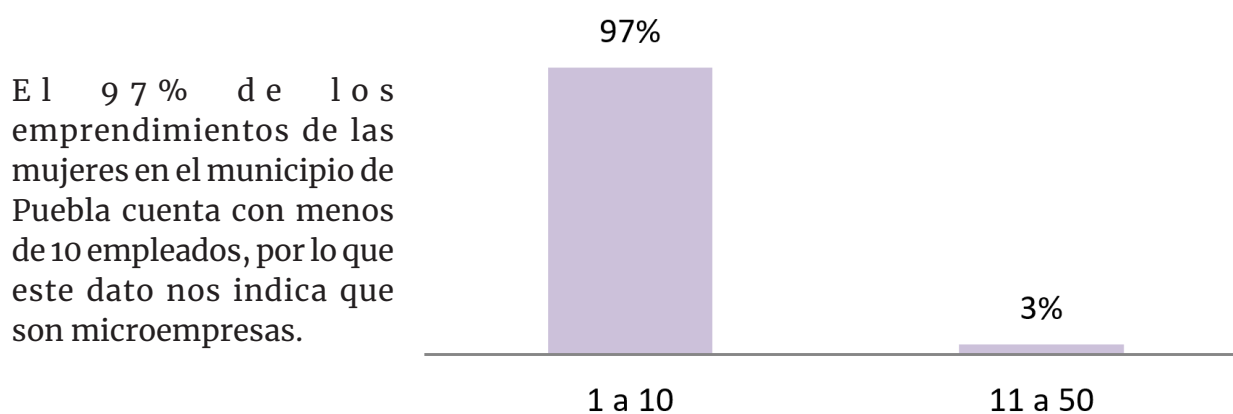
Figura 1. Sector empresarial al que pertenecen los emprendimientos de las encuestadas



El emprendimiento de las mujeres en el municipio de Puebla se ha inclinado más por el sector Comercio con un 66%, seguido del de Servicios con un 29% y el de Industria con un 5%. Este dato muestra que la actividad comercial tiene proporción mayores facilidades para emprender un negocio, por la flexibilidad en su operación.

Fuente: elaboración propia

Figura 2. Tamaño de la empresa según su número de empleados

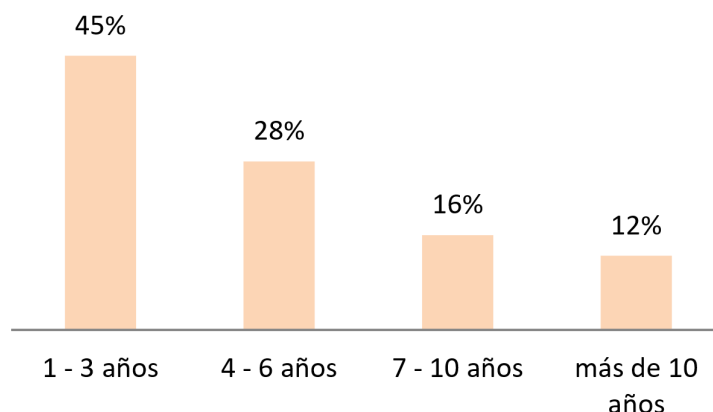


El 97% de los emprendimientos de las mujeres en el municipio de Puebla cuenta con menos de 10 empleados, por lo que este dato nos indica que son microempresas.

Fuente: elaboración propia

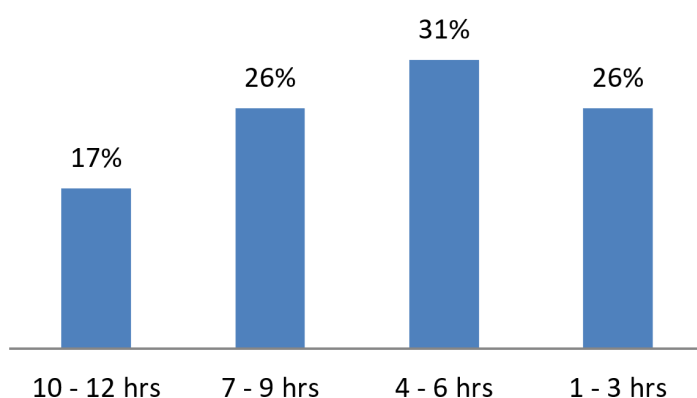
Figura 3. Edad de las microempresas en años

La edad en años de las microempresas de las mujeres poblanas se encuentra distribuida en 45% con 1 – 3 años, 28% 4 – 6 años, 16% 7 – 10 años y 12% llevan más de 10 años con su negocio en marcha.



Fuente: elaboración propia

Figura 4. Horas al día que dedican a su negocio

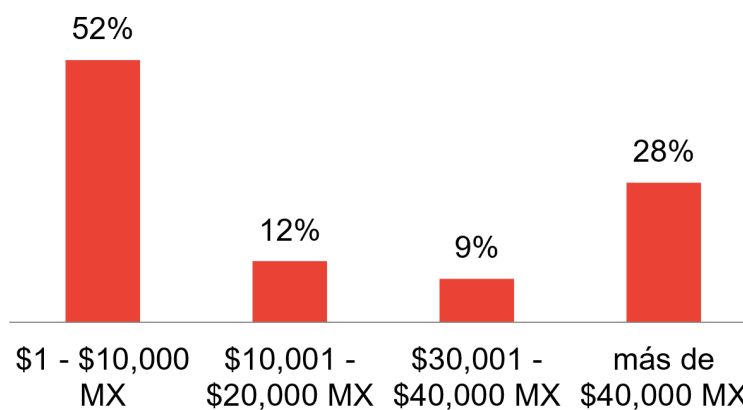


Con este dato y el anterior se puede comprobar la primera hipótesis referente a que las mujeres dedican poco tiempo a sus negocios ya que las encuestadas respondieron en un 31% que sólo dedican entre 4 y 6 horas a su negocio, seguido del 26% con 1- 3 horas y otro 26% con un tiempo de 7 – 9 horas por día. El dedicar poco tiempo a tiempo a sus negocios también ha llevado a las emprendedoras a tener negocios con vida menor de 2 años.

Fuente: elaboración propia

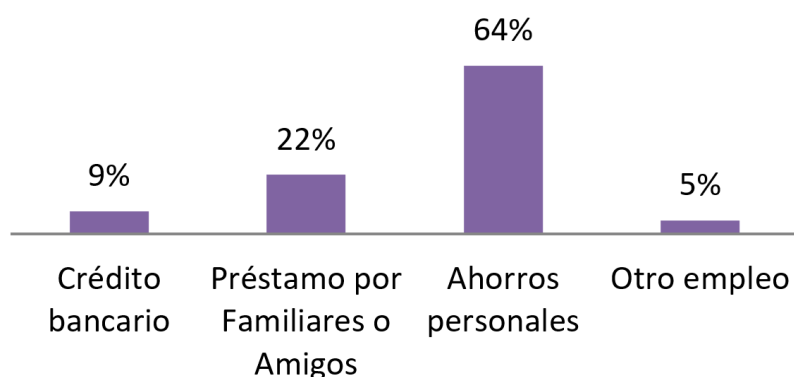
Figura 5. Monto de la primera inversión

El 52% de las poblanas invirtió por primera vez para apertura de su microempresa, entre \$1 – \$10,000 pesos mexicanos. Interesante que el otro 28% lo hiciera con más de \$40,000 pesos mexicanos.



Fuente: elaboración propia

Figura 6. Fuente de financiamiento

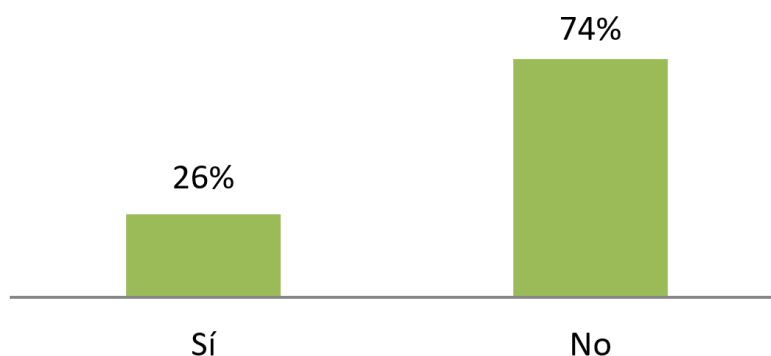


Las encuestadas se financiaron en un 64% con ahorros personales, mientras que el 22% lo hizo con un préstamo por parte de familiares y/o amigos.

Fuente: elaboración propia

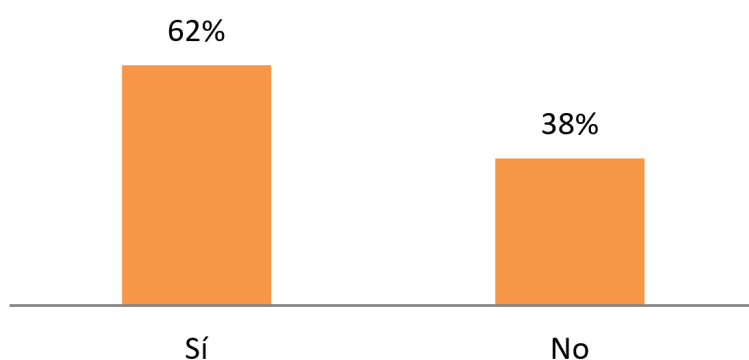
Figura 7. Referente a la realización previa de un estudio de mercado

Gran parte de los emprendimientos carecen del estudio de mercado tal como lo demuestra la figura 7 en donde el 74% no realizó un estudio de mercado previo, lo que permite señalar a esta como una de las causas principales del fracaso de los negocios.



Fuente: elaboración propia

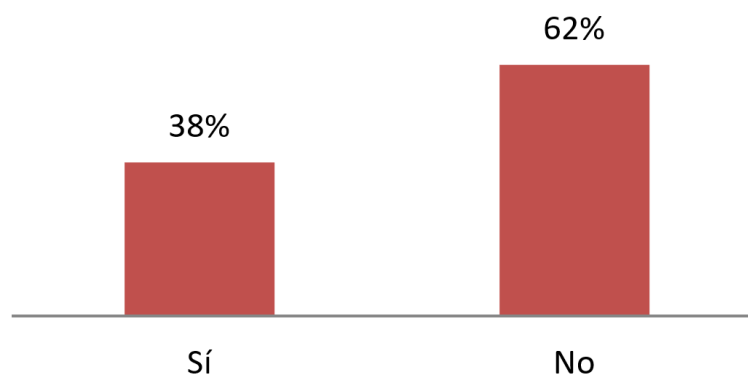
Figura 8. Referente a si lleva algún tipo de contabilidad



Aunque el 62% de las encuestadas reportó que sí lleva una contabilidad de su microempresa, el 38% no lo hace.

Fuente: elaboración propia

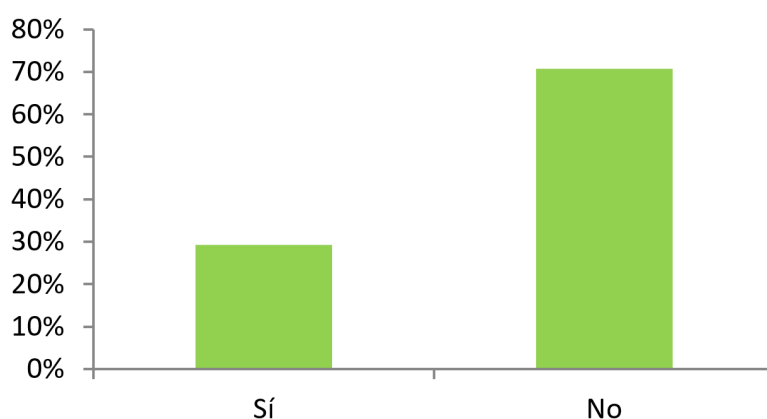
Figura 9. Inscritas al Registro Federal de Contribuyentes (RFC)



Fuente: elaboración propia

Sólo el 62% de las emprendedoras han inscrito su negocio al RFC, el 38% opera de manera informal.

Figura 10. Creencia de tener más dificultades en el ámbito empresarial por ser mujer



Fuente: elaboración propia

El 70% de las encuestadas considera que no tiene dificultades en el ámbito empresarial por ser mujer; mientras que el otro 30% considera que sí hay una brecha por factores como la falta de tiempo por labores del hogar y cuidado de los hijos.

Medidas de tendencia central de las variables cuantitativas

Dentro del análisis de las variables se encontraron cuatro variables cuantitativas, a continuación se muestran sus medidas de tendencia central:

Tabla 3. Medidas de tendencia central del número de empleados

<i>¿Con cuántos empleados cuenta tu negocio?</i>		
Media	1.03448276	1 - 10 empleados
Error típico	0.02416816	
Mediana	1	1 - 10 empleados
Moda	1	1 - 10 empleados
Desviación estándar	0.18405922	

Fuente: elaboración propia

Esta variable no considera las medidas de tendencia central debido a que todas las encuestadas pertenecen a microempresas al tener entre 1 – 10 empleados.

Tabla 4. Medidas de tendencia central de la edad en años de las microempresas

<i>¿Cuántos años lleva en marcha tu negocio?</i>		
Media	1.948275862	4 - 6 años
Error típico	0.137874308	
Mediana	2	4 - 6 años
Moda	1	1 - 3 años
Desviación estándar	1.050019445	

Fuente: elaboración propia

La media de los años que llevan en marcha las microempresas es de 4-6 años. El dato de en medio también pertenece a los 4-6 años y la moda es de 1-3 años.

Tabla 5. Medidas de tendencia central de las horas que dedican al día a su microempresa

<i>¿Cuánto tiempo dedicas al día a tu negocio?</i>		
Media	2.655172414	4 - 6 horas
Error típico	0.138157708	
Mediana	3	4 - 6 horas
Moda	3	4 - 6 horas
Desviación estándar	1.052177761	

Fuente: elaboración propia

En esta variable las medidas de tendencia central: media, mediana y moda coinciden en que las mujeres emprendedoras dedican entre 4-6 horas al día a sus negocios.

Tabla 6. Medidas de tendencia central del monto de la primera inversión

<i>¿De cuánto fue tu primera inversión?</i>		
Media	2.12068966	\$10,001 - \$20,000 PMX
Error típico	0.17230789	
Mediana	1	\$1 - \$10,000 PMX
Moda	1	\$1 - \$10,000 PMX
Desviación estándar	1.31225781	

Fuente: elaboración propia

La media nos indica que el promedio de inversión de las emprendedoras por primera vez fue de \$10,001 - \$20,000 pesos mexicanos, sin embargo, el dato medio y más repetido fue de \$1 - \$10,000 pesos mexicanos.

Conclusiones:

El objetivo de esta investigación fue analizar el emprendedurismo femenino en el municipio de Puebla, a través de un diagnóstico situacional protocolario, que permitiera evaluar su comportamiento en el sector empresarial. Con resultados obtenidos se pudo realizar el análisis de los distintos factores que demuestran como las mujeres van desarrollando actividades que las apoyan en sus emprendimientos, cumpliendo con esto el objetivo.

Con el cuestionario que se aplicó a 58 emprendedoras del municipio de Puebla se obtuvo información que demuestra porque sus emprendimientos fracasan. Dentro de su comportamiento, se identificó el capital con el que inician, la fuente de financiamiento, si realizaron algún estudio de mercado e incluso si llevan algún tipo de contabilidad y su número de empleados; lo cual proporciona herramientas y conocimientos específicos para contribuir a la mejora o éxito de sus negocios, lo que permite comprobar la hipótesis.

Los hallazgos más significativos fueron los siguientes:

- Inversión inicial: El 52% de las emprendedoras invirtió entre \$1,000 y \$10,000 pesos para iniciar sus negocios, principalmente financiados con ahorros personales.
- El 62% no cuenta con su negocio inscrito al RFC
- El 74% no realizó un estudio de mercado previo y
- El 38% no lleva ningún tipo de contabilidad.

Con la pregunta de las horas al día que dedican a su negocio, el 31% respondió que sólo dedican entre 4 y 6 horas a su negocio, seguido del 26% con 1- 3 horas y otro 26% con un tiempo de 7 - 9 horas por día. Esto evidentemente influye en la dedicación que les dan a sus negocios.

La investigación sobre el emprendedurismo femenino en Puebla revela importantes hallazgos que subrayan tanto los desafíos como las oportunidades para las mujeres emprendedoras. A pesar de la dedicación y el esfuerzo que muchas mujeres invierten en sus negocios, enfrentan barreras significativas.

Sin embargo, la identificación de estas problemas, proporciona una base sólida para desarrollar estrategias y herramientas que puedan apoyar a las emprendedoras en su camino hacia el éxito. Es crucial fomentar programas de capacitación y acceso a recursos financieros que permitan a las mujeres superar estos obstáculos y maximizar su potencial empresarial.

Referencias:

- Aguilar, J., & Recaman, A. (2015). *Factores que determinan el cierre de la micro y pequeña empresa. Comparativo entre empresas activas e inactivas en México y Colombia*. Pearson Education. 6-16.
- Altamonova, A., Murillo, J., & Mosquera, P. (2015). Factores que influyen en el emprendimiento femenino en América Latina. *Revista de Estudios de Género*, 8, 45-60. <https://www.revistadegenero.org/article/view/123456>
- Barhate, B., & Patgaonkar, R. (09 de septiembre de 2024). Rural Women Entrepreneurs in the Informal Sector of India. *The IUP Journal of Entrepreneurship Development*, IX, 69-79. <https://ssrn.com/abstract=2154759>
- Camarena, M. (2018). Capacitación de las PYMES dirigidas por mujeres en Ciudad de México. *Universidad & Empresa*, 21, 76-107. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.6467>
- Carayannis, E. G., & Campbell, D. F. J. (2019). *Democracy and innovation: Governance and ethics of innovation policy*. Springer.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2023). Tiempo total de trabajo. Observatorio de Igualdad de Género. <https://oig.cepal.org/es/indicadores/tiempo-total-trabajo>
- Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX). (09 de septiembre de 2024). México es por sus mujeres. <https://coparmex.org.mx/mexico-es-por-sus-mujeres/>
- Corbeta, P. (2007). *Metodología y técnicas de investigación Social*. McGraw Hill.
- Deming, W. E. (1986). *Out of the Crisis*. Cambridge University Press.
- Gilbert, P. (1997). The evolution of social attractiveness and its role in shame, humiliation, guilt and therapy. *British Journal of Medical Psychology*, 70, 113-147. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8341.1997.tb01893.x>
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (09 de septiembre de 2024). Women's Report. <https://www.ge-mconsortium.org/report/gem-2014-womens-report>
- González, R., & Sánchez, F. (2021). Las PyMES dirigidas por mujeres en Puebla: los retos ante la crisis económica. *Vinculatégica EFAN*, 7(1), 868-881. <https://doi.org/10.29105/vtga7.2-15>
- Goyal, M., & Yadav, V. (2014). To be or not to be a woman entrepreneur in a developing country?. <https://addletonacademicpublishers.com/contents-pihrm/255-volume-2-2-2014/2309-to-be-or-not-to-be-a-woman-entrepreneur-in-a-developing-country>
- Gurdián, A. (2021). El paradigma cuantitativo en la investigación socio-educativa. Colección IDER, 179-203.
- Hernández, R. (1997). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.
- INEGI. (09 de septiembre de 2024). Participación Económica de la Mujer. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2022/EAP_Mujer22.pdf
- J. Hay, E. (2014). *Justo a Tiempo la técnica japonesa que genera mayor ventaja competitiva*. Grupo Editorial Norma.
- Kollind, T. (2015). El crecimiento del emprendimiento en América Latina. *Journal of Business Studies*, 12, 78-92. <https://www.journalofbusinessstudies.org/article/view/78910>

- Ledesma S. (2018). La planeación como herramienta para superar los primeros cinco años de vida de las micro y pequeñas empresas de comercio y servicio dirigidas por mujeres. [Tesis de Maestría]. Universidad Nacional Autónoma de México. <https://repositorio.unam.mx/contenidos/63044>
- Martínez-Salgado, M., & Rojas, L. (2016). Distribución de tareas domésticas y tiempo de trabajo en el hogar. *Revista de Estudios de Género*, 12, 84-102. <https://revistadegenero.uaem.mx/article/view/123456>
- Moreno, A. (09 de septiembre de 2024). Empresarias poblanas: un motor de competitividad en México. Mundo Ejecutivo Puebla. <https://mundoejecutivopuebla.com/empresarias-poblanas-un-motor-de-competitividad-en-mexico/>
- Narendran, R. (2012). Impacto de la criminalidad y el acoso sexual en el emprendimiento femenino. *Journal of Women's Studies*, 15, 78-92 <https://www.journalofwomensstudies.org/article/view/78910>
- Ohno, T. (1988). *Toyota Production System: Beyond Large-Scale Production*. Productivity Press.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). (09 de septiembre de 2024). Estudios Económicos de la OCDE: México 2022. https://www.oecd.org/es/publications/estudios-economicos-de-la-ocde-mexico-2022_8b913f19-es.html
- Rodríguez, A. (2013). El emprendimiento femenino en el siglo XXI. *Revista de Estudios de Género*, 9, 45-60. <https://www.revistadegenero.org/article/view/123456>
- Rodríguez, A. (09 de septiembre de 2024). Marcas orgullosamente poblanas que seguro has consumido. *El universal Puebla*. <https://www.eluniversalpuebla.com.mx/economia-y-negocios/marcas-orgullosamente-poblanas-que-seguro-has-consumido/>
- Saavedra, M. L., Briseño Aguirre, N. de la L., & Velázquez Rojas, K. G. (2022). Análisis y evolución del emprendimiento femenino en Latinoamérica. *RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática*, 11(32), 1-29. <https://doi.org/10.36677/recai.v11i32.19391>
- Sánchez Vargas, J., Herrera Merino, M., & Perrotini Hernández, J. (2015). La participación laboral femenina y el uso del tiempo en el cuidado del hogar en México. *Contaduría y administración*, 60(3), 651-662. <https://doi.org/10.1016/j.cya.2015.05.013>

El estereotipo de género asociado a los roles de poder y trabajo de la mujer en el ejercicio de la Contaduría Pública en MIPYMES

Gender Stereotypes Related to Women's Power and Work Roles in MSME Public Accounting

Recibido: 09/04/2024

Aceptado: 05/03/2025

Publicado: 08/04/2025

Saira Georgina Moctezuma Gaytán¹

María Sánchez Losoya²

Elkyn Rafael Lugo Arias³

Gilberto Herrera Delgado⁴

Héctor Eduardo Cárdenas Velasco⁵

<https://doi.org/10.53897/RevCommerP.2025.07.02>

Resumen

Introducción: Las mujeres identifican que cuentan con las mismas capacidades y habilidades para competir profesionalmente que los hombres, pero en la actualidad deben de continuar luchando contra los estereotipos y diferencias de género mediante la participación en actividades productivas y el posicionamiento en el mercado laboral. **Objetivo:** Conocer la relación entre la percepción que tienen las mujeres profesionistas y el estereotipo de género asociado a los roles de poder y trabajo de las mujeres que ejercen la contaduría pública. **Métodos:** Se realizó una encuesta con enfoque descriptivo a una muestra de 46 profesionistas del área de la contaduría, con la finalidad de contrastar y comparar la hipótesis definida con la percepción de las encuestadas. **Resultados y discusión:** En la percepción que tie-

1 Universidad Tecnológica de Manzanillo. Manzanillo, Colima, México. ORCID: 0000-0003-0951-799X Correo: saira-georgina@gmail.com

2 TecNM Campus Colima. Colima, Colima, México. ORCID: 0000-0002-0479-5029 Correo: cpmsanchezl@hotmail.com

3 Corporación Universitaria Minuto de Dios, UNIMINUTO. Bogotá, Colombia. ORCID: 0000-0002-7049-4451 Correo: elkin.lugo@uniminuto.edu.co

4 TecNM Campus Colima. Colima, Colima, México. ORCID: 0009-0003-9454-4729 Correo: gherrera_3@hotmail.com

5 TecNM Campus Colima. Colima, Colima, México. ORCID: 0000-0003-1424-6637 Correo: hector.eduardo.cardenas.velasco@hotmail.com

nen las mujeres sobre el ejercicio de la contaduría pública intervienen el ambiente, es decir, se identificó que el área contable opera en equilibrio, lo que no clasifica la carrera como masculina o femenina. Conclusión. Las mujeres perciben que tienen las mismas capacidades y habilidades que los hombres, lo cual fomenta la competencia en el mercado laboral y facilita que las mujeres encabecen puestos directivos. Ellas han roto estereotipos que identifican su preferencia al desarrollo de su vida personal antes que la profesional. Sin embargo, continúan existiendo estereotipos y diferencias de género asociados a los roles de poder y trabajo. Las mujeres buscan participar cada vez más en actividades productivas para eliminar dichos estereotipos y posicionarse en el mercado laboral sin limitaciones para desarrollar su carrera profesional.

Palabras clave: Contaduría pública, estereotipo de género, igualdad, perspectivas de género, roles de poder.

Clasificación JEL: M1, M19

Summary

Introduction. While women are recognized as having the same abilities and skills to compete in the labor market as men, they continue to confront stereotypes and gender inequalities in their participation in productive activities and positioning in the labor market. Purpose. To understand the relationship between perceptions of women in the professional community and the gender stereotypes associated with the power and working roles in the public accounting field. Methods. To contrast and compare the defined hypothesis with the perceptions of the respondents, a descriptive survey was conducted using a sample of 46 accounting professionals. Results and Discussion. The environment plays a role in women's perceptions of the practice of public accounting, i.e., it was found that the accounting field operates in a balance that does not classify the career as masculine or feminine. Conclusion. Women's perception that they have the same skills and abilities as men is an important factor in promoting competition in the labor market and in women's access to leadership positions. They have broken stereotypes that identify them as preferring to develop their personal before their professional lives. However, stereotypes and gender differences in terms of power and work roles continue to exist. In order to eliminate these stereotypes and position themselves in the labor market without restrictions, women are increasingly seeking to participate in productive activities in order to develop their professional careers.

Keywords: Public Accounting, gender stereotype, equality, gender perspectives, power roles.

Introducción

Esta investigación tiene la finalidad de conocer la percepción que tienen las mujeres que ejercen la contaduría pública, sobre el estereotipo de género asociado a los roles de poder y trabajo en las micro, pequeñas y medianas empresas (en adelante MIPYMES), para identificar prejuicios y estereotipos persistentes relacionados con el género. Se trata de un estudio de caso en mujeres agremiadas al Colegio de Contadores Públicos del Estado de Colima.

Fundamentos

El género, cómo objeto de investigación, ha sido estudiado desde diferentes perspectivas. Por ejemplo, algunos estudios lo abordan a partir de la desigualdad entre hombres y mujeres, otros desde la autopercepción o lenguaje de género, además de los estudios sobre la evolución de la inserción de la mujer en diversas actividades. En el caso de esta investigación, el género se analiza desde el estereotipo asociado a los roles de poder y trabajo de las mujeres que ejercen la contaduría pública en MIPYMES.

La influencia de los roles de género en el ejercicio de las profesiones ha sido analizada por Avolio y Di Laura (2017), Martínez (1999), Cánovas (2021), y Vázquez y Martínez (2011), las principales aportaciones se basan en el reconocimiento de la eliminación de estereotipos de género con el fin de promover equidad en el mercado laboral, y en el ámbito familiar. Dichas investigaciones explican que las categorías de “género” y “profesión” son determinantes en la percepción que se construye sobre la participación de las mujeres en actividades productivas. En ese sentido se pone de manifiesto la necesidad de reforzar acciones que resignifiquen las identidades genéricas, pues tanto hombres como mujeres deben integrarse en las actividades del mundo profesional y del mundo doméstico.

Los trabajos de investigación analizados para conocer los fundamentos sobre el tema de género exploran las categorías de “mujer” y “profesión” para identificar la percepción sobre los estereotipos en el ámbito laboral. Los resultados y recomendaciones coinciden en la importancia de desarrollar acciones que contribuyan a minimizar y, en la medida de lo posible, erradicar los estereotipos de género en razón de lograr una sociedad igualitaria en la que hombres y mujeres disfruten de las mismas posibilidades.

Marco teórico y referencial

El género como fenómeno puede ser abordado a través de los mecanismos que reproducen las desigualdades y estratificación social. La reflexión teórica de Pierre Bordieu, sobre el *habitus* y el espacio de los estilos de vida, expresan la propensión al desarrollo de determinadas prácticas sociales y esquemas de conducta en las que manifiestan distinciones, así, la teoría de los campos sociales hace inteligible del fenómeno de los estereotipos de género asociados a los roles de poder y trabajo de las mujeres.

En este estudio, la propuesta teórica de los campos sociales apoya la comprensión sobre la percepción que tienen las mujeres profesionistas del área de la contabilidad sobre los esquemas de conducta que se manifiestan en ese ámbito; Bordieu expone que *campo*, *capital cultural* y *habitus*, son factores que inciden en los mecanismos de exclusión

(Sánchez, 2007), pues pueden apoyar o limitar los roles de poder y trabajo de las mujeres que ejercen la contaduría pública.

Con respecto a la teoría de los campos sociales, en esta investigación se entiende por campo, al conjunto de actores, ya sean organizaciones o personas, en las que se establecen relaciones de fuerza que luchan por el dominio en la búsqueda de mejora de posiciones, de aquí que el concepto de capital cultural depende entonces de los conocimientos adquiridos por las mujeres que ejercen la contaduría; así, el elemento *habitus* estará ligado a la percepción de las prácticas, visiones y valores existentes en el espacio social, ante el ejercicio profesional de la contaduría pública.

El concepto de *habitus* está estrechamente relacionado con el concepto de los estereotipos, pues estos hacen referencia a la percepción generalizada y establecida que caracteriza a un grupo social específico. Al respecto, González (1999), señala que el concepto de estereotipo es uno de los más complejos dada su vinculación con los prejuicios y la discriminación, pues los estereotipos constituyen creencias sociales con las que se conforma la identidad social. Se definen los estereotipos como “aquellas creencias populares sobre los atributos que caracterizan a un grupo social (por ejemplo, los alemanes, los gitanos, las mujeres), y sobre las que hay un acuerdo básico” (Mackie, citado en González, 1999).

Bourdieu (1991) define el *habitus* como generador de juicios clasificatorios y tiene dos efectos: el primero es el principio generador de prácticas objetivamente enclasables, es decir, conjunto de agentes que son producto de condiciones semejantes, y el segundo es el sistema de enclasamiento, representado por los estilos de vida en los que diferencian determinadas prácticas que constituyen el mundo social representado.

Las diferentes condiciones de existencia entre las personas producen *habitus* diferentes, así como sistemas de esquemas generadores susceptibles de ser aplicados a las distintas prácticas. Estas prácticas y los agentes que las desarrollan se encuentran dentro de un mismo *habitus* (Bourdieu 1991). En ese sentido, un estereotipo de género es “una visión generalizada o una idea preconcebida sobre los atributos, las características o los papeles que poseen o deberían poseer y desempeñar mujeres y hombres” (Naciones Unidas, 2023).

A diferencia del estereotipo de género que produce condiciones enclasantes, al ser una visión de los demás sobre el comportamiento que deben tener las personas, los roles que desenvuelven hombres o mujeres hacen referencia a las actividades que se desarrollan en los diferentes ámbitos de acuerdo a la posición o función que ocupan en determinado grupo. De acuerdo con Podcamisky (2006), el rol es:

un conjunto organizado de conductas y si toda conducta es una respuesta adaptativa del individuo, inferimos que el rol es una investidura sin la que el sujeto no podría concebirse. [...]. El rol es un acto, es una producción personal y está dirigida a los otros (p. 181).

A partir de los conceptos anteriores se puede decir que un rol de poder es aquella función o papel de dirección, control o influencia sobre otros. Se presentan en diferentes ámbitos, específicamente en las organizaciones. Dumios (2022), identifica que son “cinco, y son los

de dueño, emprendedor, director, operador y administrador. No son títulos ni posiciones jerárquicas, los puede ejercer cualquier persona capaz de influir en la conducta de los demás”.

Hablando de los roles de poder de las mujeres, Vélez (2014) identifica que “cada vez más las mujeres se integran a espacios de reconocimiento, como la educación superior, el ámbito laboral, la administración pública, la empresa privada, las finanzas y la dirigencia política”.

A partir de lo anterior se puede identificar que en la actualidad las mujeres ejercen cada vez más roles de poder, pero no en todas las áreas han logrado un ejercicio notorio debido a que aún se presentan casos de desigualdad de género que limitan su desarrollo en diversos ámbitos.

El conjunto de preferencias distintivas que simbolizan las condiciones en las que actúan determinados agentes configuran los estilos de vida, los cuales son caracterizados por el gusto, propensión y aptitud de prácticas enclasadadas y enclasantes. Sin embargo, las prácticas enclasantes relacionadas con el estereotipo de género se vuelven perjudiciales cuando limita la capacidad de las mujeres y los hombres para desarrollar capacidades personales, seguir sus carreras profesionales y/o tomar decisiones sobre sus vidas” (Naciones Unidas, 2023).

Las prácticas de los agentes de una misma clase deben la afinidad de estilo al hecho de que son producto de transferencia de un campo a otro bajo los mismos esquemas de acción, sin embargo, cuando estas prácticas asignadas provocan distinciones tanto en hombres como en mujeres, se deben buscar mecanismos que disminuyan hasta erradicar tales distinciones que producen discriminación determinación, no solo por las diferencias biológicas, sino también por las diferencias culturales transmitidas.

La Ley General para la Igualdad entre Mujeres y Hombres, menciona que la perspectiva de género es:

La metodología y los mecanismos que permiten identificar, cuestionar y valorar la discriminación, desigualdad y exclusión de las mujeres, que se pretende justificar con base en las diferencias biológicas entre mujeres y hombres, así como las acciones que deben emprenderse para actuar sobre los factores de género y crear las condiciones de cambio que permitan avanzar en la construcción de la igualdad de género (Gobierno de México, 2018).

La perspectiva de género incluye a ambos sexos y no se inclina a ninguno de los dos, es decir, “género no es hablar de la mujer, sino de las identidades masculinas/femeninas” (Chávez, 2004). De modo que se puede señalar que “la importancia de la aplicación de la perspectiva de género radica en las posibilidades que ofrece para comprender cómo se produce la discriminación de las mujeres y las vías para transformarla” (Gobierno de México, 2018).

Así, las mujeres que ejercen la contaduría pública están inmersas en un contexto en que desempeñan actividades estereotipadas como propias de la mujer pero también ganan terreno en funciones que implican el ejercicio del poder frecuentemente asociadas

al género masculino, por lo que el tiempo y el contexto actual muestra incongruencia desde la perspectiva de género que busca igualdad.

Metodología

Partiendo de la premisa que establece que los comportamientos asociados a los roles de género están configurados por el contexto social y cultural en el que se desarrollan los individuos, teniendo como variables intervinientes los niveles de bienestar, el mercado laboral y el sistema educativo (Bartual-Figueras et al, 2022), se establece como supuesto para esta investigación que: En el área de la contaduría, el estereotipo de feminidad no está asociado a los roles socialmente determinados para las mujeres, ni tiene relación con el poder y el trabajo.

En este sentido, la población considerada para el desarrollo de esta investigación se conforma por mujeres profesionistas agremiadas al Colegio de Contadores Públicos del Estado de Colima. El muestreo cualitativo empleado fue selectivo de juicio intencional con la finalidad de comprender el estereotipo de género asociado a los roles de poder y trabajo de las mujeres en el ámbito laboral, y con ello poder conocer a profundidad ¿cuál es la percepción que tienen las mujeres sobre el ejercicio de la contaduría pública y los estereotipos de género asociados a los roles de poder y trabajo? Se trata de un diseño de investigación propositivo centrado en un grupo de mujeres que conforman la unidad de observación, por lo que se determinó una muestra de 46 profesionistas para garantizar el acercamiento al fenómeno. A esta muestra se le aplicó la encuesta presentada a continuación, para evaluar en forma general cada una de las preguntas e identificar la más significativa a través de un gráfico estadístico.

Tabla 1

Encuesta aplicada a 46 mujeres
adheridas al Colegio de Contadores Públicos del Estado de Colima

Ítem	Pregunta formulada en la plataforma de Google y considerada como fundamental en el estudio realizado	Respuesta		
		Si	No	
1	¿Actualmente eres estudiante?	3	43	
2	¿Actualmente trabajas de forma a)? Dependiente (si) Independiente (no)	26	20	
3	¿Qué te motivó a elegir la carrera de Contador?	Ver gráfico de esta pregunta		
4	Consideras que la Contaduría Pública es un área en la que operan: A). Alta proporción de hombres, B). Alta proporción de mujeres, C). En equilibrio	A 9	B 6	C 31
5	Desde tu percepción, las oportunidades de trabajo son iguales para las mujeres que para los hombres: A). En equilibrio B). No C). Si	A 12	B 15	C 19

6	De acuerdo a tu percepción en el ejercicio de la Contaduría Pública, las mujeres y los hombres tienen distintas capacidades y habilidades: A) En equilibrio B). No C). Si	A 13	B 15	C 18
7	Consideras que en la Contaduría Pública hay puestos de trabajo claramente dirigidos a las mujeres: A) En equilibrio B). Si C). No	A 18	B 12	C 16
8	Consideras que las mujeres están capacitadas para ejercer un puesto directivo en el área de la Contaduría: A) En equilibrio B). Si C). No	A 3	B 43	C 0
9	Consideras que los puestos directivos en el área de la Contaduría, son más accesibles para las mujeres que para los hombres: A) En equilibrio B). Si C). No	A 23	B 3	C 20
10	Creer que los puestos que se desempeñan en el área de la Contaduría, las mujeres están menos retribuidas que los hombres: A) En equilibrio B). Si C). No	A 10	B 22	C 14
11	En cuanto a las oportunidades de ascenso en el ejercicio de la Contaduría Pública, los hombres tienen más probabilidades de ascender que las mujeres: A) En equilibrio B). Si C). No	A 16	B 21	C 9
12	Percibes que en aquellos puestos del área de Contaduría en los que se requieren realizar viajes y desplazamientos, son más ocupados por hombres, que por mujeres: A) En equilibrio B). Si C). No	A 11	B 33	C 2
13	En lo personal, consideras que las mujeres involucradas en el área de la Contaduría están más interesadas en el desarrollo de su vida personal que en el desarrollo de su vida profesional: A) En equilibrio B). Si C). No	A 14	B 8	C 24
14	Consideras que cuando una mujer involucrada en el área de la Contaduría decide embarazarse es afectada en su carrera profesional: A) En equilibrio B). Si C). No	A 0	B 20	C 26
15	Percibes que, por el hecho de ser mujer, en el ejercicio de la Contaduría se brindan más facilidades que a los hombres, para atender asuntos de carácter personal o familiar: A) En equilibrio B). Si C). No	A 15	B 18	C 13

Fuente: información propia

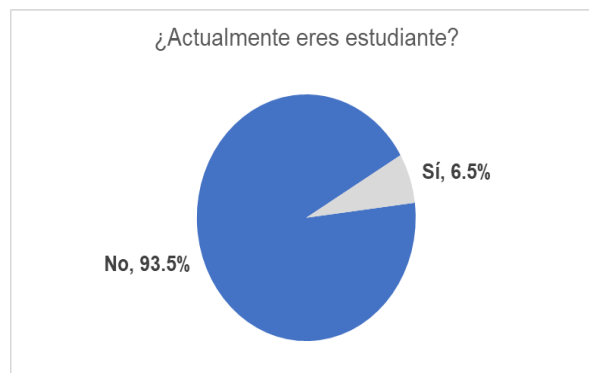
Debido a la perspectiva del estudio se consideró pertinente la utilización de la técnica de la encuesta con enfoque descriptivo. Se aplicó durante el mes de mayo de 2023. La definición de esta técnica tiene como fin contrastar y comparar la hipótesis definida contra la percepción que tienen las profesionales que ejercen la contaduría pública, sobre los estereotipos de género asociados a los roles de poder y trabajo de las mujeres.

La validez del estudio se fundamenta en que los resultados obtenidos podrán ser transferibles a objetos de estudio que posean características similares; es decir, que la unidad de observación esté conformada por mujeres que se desarrollan en el área de la contaduría pública, y que establezcan como unidad de observación los estereotipos de género asociados a los roles de poder y trabajo.

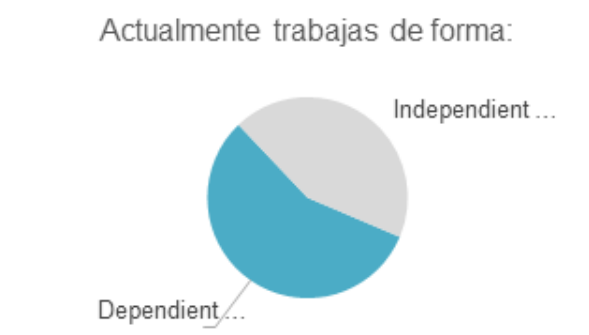
Resultados

Tras analizar los datos obtenidos con la encuesta se identificaron los siguientes hallazgos:

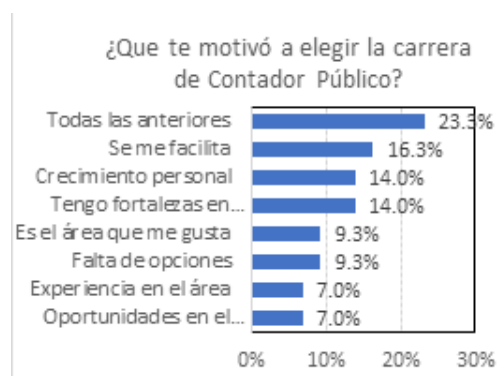
- 1 En la gráfica se puede observar que el 6.5% de las personas informants son estudiantes, mientras que el 93.5% no estudia.



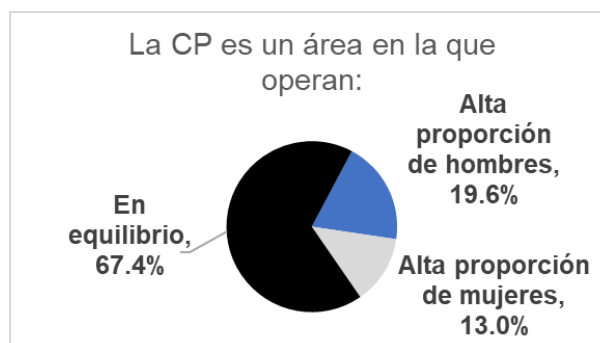
- 2 De la población analizada se desprende que 20 de las 46 personas trabajan de forma independiente (es decir, realizan trabajo de contabilidad sin tener que reportar a un patrón), mientras que las 26 restantes dependen de un jefe externo el cual puede estar en una empresa o un despacho contable.



- 3 En cuanto a la motivación que tuvieron las encuestadas para elegir la carrera de contador público, la encuesta arrojó que al 16.3% de las encuestadas se le facilita el estudio de la carrera, al 14.0% se les presenta la oportunidad de tener más crecimiento personal, y el 14% tienen fortalezas para estudiarla.



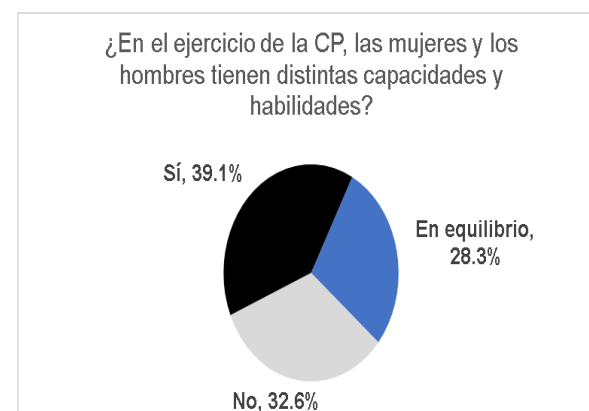
- 4 Se observa que existe un equilibrio entre hombres y mujeres que se dedican a la contaduría.



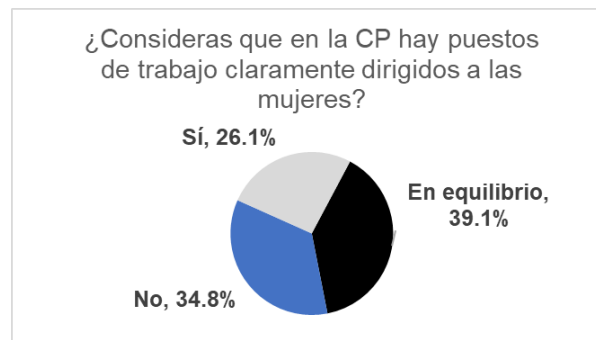
- 5 Las oportunidades de trabajo en el área de la contaduría pública son iguales para hombres y mujeres, lo que otorga un nivel de confianza de encontrar trabajo para las personas de ambos sexos.



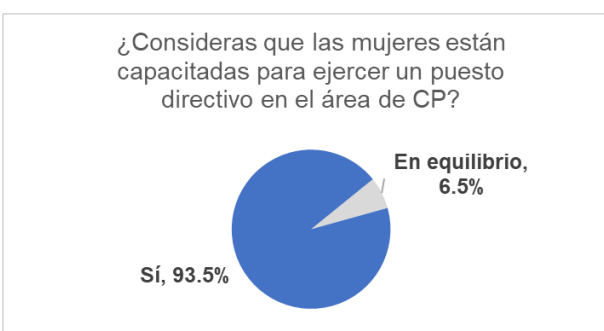
- 6 Se puede decir que significativamente no existe mucha diferencia en cuanto a las capacidades de mujeres y hombres en el ejercicio de la contaduría pública.



- 7 De acuerdo con los resultados, se puede argumentar que no existen puestos de trabajo dirigidos a mujeres para el ejercicio de la contaduría pública.



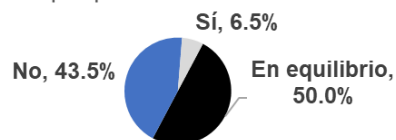
- 8 El 93.5% personas encuestadas afirman que las mujeres están capacitadas para ejercer en puestos directivos del área.



9

Los datos afirman que no existen puestos de trabajo que sean más accesibles a las mujeres por el género, la oportunidad la tienen por igual de acuerdo a la encuesta realizada.

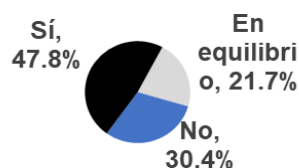
¿Consideras que los puestos de la CP son mas accesibles para las mujeres que para los hombres?



10

Al hablar de las retribuciones de trabajo entran muchos aspectos de la vida laboral que solo pueden ser evaluados por el jefe del puesto o el representante de la empresa, sin embargo, la encuesta nos dice que los hombres son mejor retribuidos que las mujeres; es decir, sienten que están mal valoradas en el trabajo.

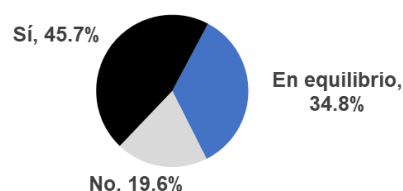
¿Crees que en los puestos en el área de la CP las mujeres están menos retribuidas que los hombres?



11

La respuesta a este cuestionamiento indica que las mujeres tienen menos probabilidad de tener un ascenso que el hombre en las funciones de contador público.

¿En el ejercicio de la CP los hombres tienen mas probabilidades de ascender que las mujeres?



12

Según la encuesta un alto porcentaje considera que el hombre puede realizar más viajes y se desplaza con mayor facilidad que la mujer en puestos que requieren de esta actividad.

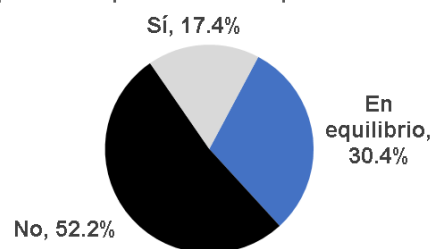
¿En los puestos de la CP en los que se requieren realizar viajes y desplazamientos son mas ocupados por hombres que por mujeres?



13

Se identifica que la mujer que se desarrolla más en estos puestos como trabajadoras cuida más su aspecto o su vida profesional que su aspecto personal.

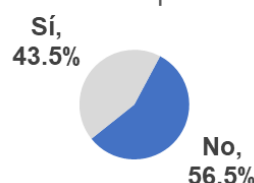
¿Las mujeres involucradas en la CP están mas interesadas en el desarrollo de su vida personal que en su vida profesional?



14

Según los datos obtenidos, 56.6% considera que el embarazo no es una condición que afecte el desempeño profesional de las mujeres.

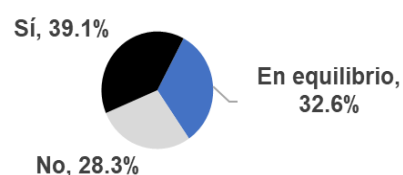
¿Una mujer involucrada en la CP decide embarazarse es afectada en su carrera profesional?



15

Finalmente, la encuesta dice que a las mujeres se les otorgan más facilidades para atender asuntos personales que a los hombres.

¿En el ejercicio de la CP se les brindas mas facilidades a las mujeres que a los hombres para atender asuntos personales?



Para conocer a profundidad la perspectiva de las mujeres respecto al tema que comprende esta investigación, se realizó una encuesta dirigida a 46 mujeres profesionistas de la contaduría. Dicha encuesta estuvo compuesta por 15 preguntas que permitieron conocer de manera general los perfiles y la percepción de las participantes con relación a los estereotipos de género asociados a los roles de poder y trabajo de las mujeres en el área de la contaduría pública.

Del total de las 46 mujeres que formaron parte de este estudio, el 43.5% trabajan de manera independiente, mientras que el 56.5% cuenta con un trabajo dependiente. En lo referente a la perspectiva que las mujeres tienen sobre la carrera de contadora pública, las encuestadas externaron que el principal motivo por el que eligieron estudiarla fue por las oportunidades que ofrece el mercado laboral, también consideran que su decisión

estuvo en función de sus capacidades, las cuales pueden potenciar en el ejercicio de esta profesión, así como, a las oportunidades de crecimiento. Cabe mencionar que dos encuestadas mencionaron que fueron influenciadas por su pareja o que no les dieron otra opción para escoger su profesión, aspecto que es importante reflexionar en el marco del tema de género, ya que son casos en los que las mujeres estuvieron influenciadas o presionadas por terceros sobre el desarrollo vida profesional.

Con relación a la participación de hombres y mujeres en la profesión contable, el 67.4% formado por 31 encuestadas, consideraron que la contaduría pública es un área en la que operan en equilibrio hombres y mujeres. Sin embargo, casi la mitad de las encuestadas, el 41.3% que corresponde a 19 mujeres, consideraron que las oportunidades de trabajo sí son iguales para las mujeres que para los hombres, mientras que el 32.6% percibieron que las oportunidades de trabajo no son iguales para ambos géneros.

Sobre las capacidades y habilidades en el ejercicio de la contaduría pública, el 39.1% de las respuestas indicó que sí hay distinción en las capacidades y habilidades entre ambos géneros en el ejercicio de la profesión, el resto de las respuestas se dividen casi proporcionalmente, mientras que el 32.6% afirma que no hay diferencias, el 28.3% identifica que tanto hombres como mujeres cuentan con las mismas capacidades y habilidades para ejercer dicha profesión.

En cuanto a los puestos directivos, el 39.1% de las respuestas se dirigieron a que los puestos de trabajo se encaminan a ser ocupados de manera similar tanto para los hombres como para las mujeres, por su parte, el 34.8% no creyeron que hay puestos dirigidos a mujeres. Comparando estos datos con los analizados en el párrafo anterior, en el que se identificó que sí hay distinción de género en las capacidades con que cuentan las personas que ejercen la contaduría, en el aspecto de la ocupación de puestos directivos se observó que perciben un equilibrio entre géneros.

Continuando con la percepción que tuvieron las encuestadas respecto a que si consideran que las mujeres están capacitadas para ejercer un puesto directivo en el área de la contaduría; las respuestas se inclinaron a favor de las mujeres, ya que el 93.5% valoró que sí son capaces de encabezar un puesto directivo.

Otra interrogante tiene que ver con conocer si consideran que los puestos directivos en el área de la contaduría son más accesibles para las mujeres que para los hombres, la mitad de las encuestadas que corresponde a 23 mujeres, tuvieron la perspectiva de que esta situación se encuentra en equilibrio para ambos géneros. Analizando el resto de las respuestas se encontró coherencia entre las mismas, por lo que, se percibe una tendencia en equilibrio en cuanto al acceso a puestos de trabajo por mujeres.

Cabe destacar las respuestas obtenidas de la siguiente pregunta pues como se mencionó anteriormente, la mitad de las encuestadas consideraron que las direcciones de áreas contables son accesibles tanto para hombres como para mujeres, sin embargo, cuando se les cuestionó si creían que los puestos que se desempeñan en el área de la contaduría son menos retribuidos para las mujeres que para los hombres, el 47.8% que corresponde a 22 mujeres contestó que sí consideran que las mujeres están menos retribuidas que los hombres.

En cuanto a la percepción de las encuestadas respecto a las oportunidades de ascenso en el ejercicio de la contaduría pública, 21 mujeres representadas por el 45.7% consideraron que los hombres sí tienen más probabilidades de ascenso, mientras que 16 mujeres o el 34.8% externó que esta situación se encuentra en equilibrio y solo 9 mujeres o el 19.6% consideraron que los hombres no tienen más probabilidad de ascenso que las mujeres.

Es importante mencionar que casi la mitad de las participantes de la investigación, tuvieron la percepción de que en su área laboral los hombres tienen una ventaja competitiva debido a la mayor posibilidad de ascenso, aspecto que coincide con la siguiente interrogante que tiene que ver con conocer si consideran que en aquellos puestos del área de la contaduría en los que se requieren realizar viajes y desplazamientos, son mayormente ocupados por hombres, que por mujeres; en razón de eso, el 71.7% pensó que esos puestos sí son más ocupados por hombres.

Respecto a si consideran que las mujeres involucradas en el área de la contaduría están más interesadas en el desarrollo de su vida personal que en el desarrollo de su vida profesional, el 52.2% correspondiente a 24 mujeres consideraron que no es así; mientras que el 30.4% contestó que esta situación se encuentra en equilibrio y el 17.4% expresó que las mujeres sí están más interesadas en su vida personal.

Otra interrogante que formó parte de la encuesta fue si consideraban que cuando una mujer que se desarrolla en el área de la contaduría y decide embarazarse es afectada en su carrera profesional, a lo que 26 mujeres que corresponde al 56.5% contestó que no, y 20 mujeres que corresponde al 43.5% señaló que sí.

Continuando con el análisis de la información recolectada, el 39.1% de las encuestadas expresó que a las mujeres que ejercen la contaduría, se les brindan más facilidades para atender asuntos de carácter personal o familiar, que a los hombres; por su parte, el 32.6% respondió que esta situación se presenta en equilibrio tanto para hombres como para mujeres y el 28.3% estimó que no se les brindan más facilidades.

Finalmente, algunas encuestadas compartieron comentarios personales relacionados con el tema. Una de las encuestadas aportó su perspectiva del desarrollo laboral cuando una mujer se embaraza, señalando que la carrera profesional no necesariamente se ve afectada, si no que ésta se modifica debido a la nueva responsabilidad lo que implica una adaptación.

Conclusiones

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos de la encuesta y las aportaciones de otros autores sobre el tema, podemos dar respuesta a la pregunta de investigación: ¿cuál es la percepción que tienen las mujeres sobre el ejercicio de la contaduría pública y los estereotipos de género asociados a los roles de poder y trabajo?, para ello se debe tomar en cuenta, como factores intervinientes, el ambiente en el que se desenvuelven las profesionistas.

Con respecto al factor del ambiente, en la encuesta se identificó que en el área contable los hombres y mujeres la ejercen u operan en equilibrio, lo cual genera que las

mujeres que se postulan en esta carrera perciban anticipadamente que en el ambiente del área de la contaduría se integran ambos géneros, esto coincide con la percepción que se tiene de la profesión en la actualidad, en la que ésta no se clasifica como una carrera masculina o femenina.

Sin embargo, una desventaja que percibieron las participantes en el estudio tiene que ver con la diferencia de oportunidades de trabajo, las cuales identifican como desiguales y al mismo tiempo, señalan que la probabilidad de ascenso profesional es mayor para los hombres. Lo anterior puede ser causado por la errónea idea que existe o el estereotipo que señala que una mujer prioriza su vida personal sobre su vida profesional, se asume que en el ejercicio profesional las características del género femenino que consideran como propias de un líder discrepan con las que se consideran propias del rol de género femenino y se asemejan a aquellas percibidas como propias del rol de género masculino (García-Retamero & López-Zafra, 2006). Entonces, se puede afirmar que los directores, gerentes o encargados de tomar decisiones respecto a los puestos laborales pueden llegar a preferir a un hombre, ya que considerarían que ellos pondrán en primer plano sus responsabilidades laborales, sin que otras obligaciones se interpongan.

Así mismo, las participantes perciben que los puestos del área de contaduría en los que se requieren realizar viajes y desplazamientos, son más ocupados por hombres que por mujeres, ya sea por lo mencionado anteriormente, o se podría deducir que también hay influencia de factores externos como el contexto de inseguridad. Todo esto provoca las diferencias salariales identificadas por las encuestadas, pues señalan que las mujeres se encuentran menos retribuidas que los hombres.

De manera general, las profesionistas del área de la contaduría manifestaron interés por participar en cualquier oportunidad laboral, sin que existan distinciones por su género destacando que, las mujeres no se interesan más por el desarrollo de su vida personal que por su profesión y el embarazo no afecta su carrera profesional, sino que buscan desarrollarse satisfactoriamente en todos los aspectos. Lo anterior lo podemos analizar a partir de las aportaciones de Bartual-Figueras et al (2022), Farías y Cuello (2018), Chávez (2016), Álvarez et al (2022), Moncayo y Pinzón (2013), Barberá et al (2006), y Mosteiro y Porto (2017) quienes exponen que el ambiente en el que se desarrollan las encuestadas es uno de los principales factores que influyen en la percepción de los estereotipos.

Las participantes mencionaron que sí existe distinción en las capacidades y habilidades entre hombres y mujeres, aunque los puestos de trabajo están dirigidos para ambos géneros, aspectos que facilitan las oportunidades en el mercado laboral al identificarse como plenas competidoras ante los hombres.

Entonces, es posible señalar que la percepción de las mujeres sobre el ejercicio de la contaduría pública es que en la actualidad ellas cuentan con las mismas capacidades y habilidades para competir en el mercado laboral. Aunque, notan que el área contable opera en equilibrio, perciben que continúan existiendo estereotipos y diferencias con los hombres, como lo son: diferencia salarial, la cual está relacionada con la posibilidad de ascenso. Para finalizar con la discusión, con relación al aspecto de los estereotipos de género asociados a los roles de poder y trabajo, se encontró que las mujeres profesionistas

han logrado posicionarse en el mercado laboral como contendientes en igualdad de capacidades, sin ser estereotipadas.

A pesar de que se perciben diferencias en el ejercicio de la profesión entre hombres y mujeres, en aspectos como: la diferencia salarial, las menores posibilidades de ascenso particularmente cuando el puesto de trabajo requiere que quién lo ocupe se desplace o viaje; las mujeres ejercen dicha profesión sin contraponerse con el desarrollo de su vida personal y han logrado posicionarse en el mercado laboral de manera competitiva, minimizando así los estereotipos asociados al género.

Referencias

- Álvarez, A., N., Habib-Mireles, L., & García A., C. (2022). Percepciones de género de mujeres y hombres de carreras de Ingeniería. Similitudes y Diferencias. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(5), 10-19. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/3194/3135>
- Avolio, B., E., & Di Laura, G., F. (2017). Progreso y evolución de la inserción de la mujer en actividades productivas y empresariales en América del Sur. *Revista de la CEPAL*, (122), 35-62. <https://doi.org/10.18356/e8a70e3a-es>
- Barberá, H., E., Ramos, L., A., & Candela, A., C. (2006). Percepción escolar de las profesiones y estereotipos de género. *Psicología Educativa*, 12(2), 133-147.
- Bartual-Figueras, M., Turmo-Garuz, J., Sierra-Martínez, F., & Carbonell-Esteller, M. (2022). Percepciones de género y factores de influencia. Evidencia en estudiantes universitarios de Barcelona (España) y Cartagena de Indias (Colombia). *Revista Complutense de Educación*, 33(2), 325-336. <https://dx.doi.org/10.5209/rced.74349>
- Bourdieu, Pierre. (1991). *La Distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Taurus. Madrid.
- Cánovas, M., C. (2021). Percepciones de mujeres jóvenes sobre el trabajo asalariado en León, Guanajuato, México. GénEroos. *Revista de investigación y divulgación sobre los estudios de género*, 28(29), 169-204. <https://revistasacademicas.ucol.mx/index.php/generos/article/view/43>
- Chávez, C., J. (2016). Percepción de la igualdad de género en jóvenes universitarios. Grupo de investigación Centro de Estudios de la Mujer. 2015-2016. *Trabajo Social UNAM*, (10), 75-90. <https://doi.org/10.22201/ents.20075987p.2015.10.56368>
- Chávez, J. (2004). Perspectiva de género. Plaza y Valdéz Editores. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=iEKNMJiro7QC&oi=fnd&pg=PA13&dq=perspectiva+de+g%C3%A9nero&ots=Ka-81dLwPJ&sig=eVKVWCzJ6BeHXuW6JeOUw9clZco#v=onepage&q=perspectiva%20de%20g%C3%A9nero&f=false>
- Farías, M., L., & Cuello, R., V. (2018). Percepción y autopercepción de los estereotipos de género en estudiantes universitarios de la región de Valparaíso a través de la publicidad. *Revista de Comunicación*, 17(1), 155-165. <https://doi.org/10.26441/RC17.1-2018-A8>
- Dumios, C. (15 de abril, 2022). Perfil de Roles de Poder. *República*. <https://republica.gt/columna-de-opinion/perfil-de-roles-de-poder-202241520130>
- García-Retamero, R. & López-Zafra, E. (2006). Congruencia de rol de género y liderazgo: el papel de las atribuciones causales sobre el éxito y el fracaso. *Revista Latinoamericana de Psicología*. 38 (2), 245-257. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80538202>
- Gobierno de México. (2018). ¿Qué es la perspectiva de género y por qué es necesario implementarla? <https://www.gob.mx/conavim/articulos/que-es-la-perspectiva-de-genero-y-por-que-es-necesario-implementarla>
- González, B. (1999). Los estereotipos como factor de socialización en el género. *Comunicar*, (12), <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15801212>

- Martínez, V., G. (1999). Poder y femineidad, empresarias, ejecutivas y políticas. *Revista Casa del Tiempo*, noviembre 1999. <https://www.uam.mx/difusion/revista/nov99/martinez.pdf>
- Moncayo, O., B., & Pinzón, L., N. (2013). Mujeres líderes en la academia, estereotipos y género. *Panorama*, 7(13), 75-94. <https://doi.org/10.15765/pnrm.v7i13.433>
- Mosteiro, G., M., & Porto, C., A. (2017). Análisis de los estereotipos de género en alumnado de formación profesional: diferencias según sexo, edad y grado. *Revista de Investigación Educativa*, 35(1), 151-165. <https://doi.org/10.6018/rie.35.1.257191>
- Organización de las Naciones Unidas. (2023). Estereotipos de género. El ACNUDH y los derechos humanos de las mujeres y la igualdad de género. <https://www.ohchr.org/es/women/gender-stereotyping>
- Podcamisky, M. (2006). El rol desde una perspectiva vincular. *Reflexiones*, 85 (1-2), 179-187. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72920817012>
- Sánchez Dromundo, R. A. (2007). La teoría de los campos de Bourdieu, como esquema teórico de análisis del proceso de graduación en posgrado. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 9(1), 1-21. <http://redie.uabc.mx/vol9no1/contenido/dromundo.html>
- Vázquez, C. & Martínez, C. (2011). Género y profesión como moduladores de la modificación de los estereotipos. *Anales de Psicología*, 27(2), 427-434.
- Vélez, G. (2014). Género y poder. La participación política de las mujeres. *Rc et Ratio* V(9) https://www.contraloriadelpoderlegislativo.gob.mx/Revista_Rc_et_Ratio/Rc_et_Ratio_9/Rc9_2_Graciela_Velez_Bautista.pdf

