



EDUCACIÓN
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA



TECNOLÓGICO
NACIONAL DE MÉXICO®



TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO

Instituto Tecnológico de Veracruz

**LOS ROLES DE LA MUJER EN LAS EMPRESAS MÁS
IMPORTANTES DE MÉXICO: UN ANÁLISIS CONTEMPORÁNEO.**

TESIS

Que para obtener el grado de:

Maestría en Administración

Presenta:

CLAUDIA ITZEL ROLDÁN ARMAS

Director:

Perfecto Gabriel Trujillo Castro

H. VERACRUZ, VER.

Fecha 08 de Octubre de 2024

OFICIO DE AUTORIZACION DE IMPRESIÓN



Instituto Tecnológico de Veracruz
Subdirección académica

Veracruz, Veracruz, **16/OCTUBRE/2024**

OFICIO: ITV/DEPI/No.658/2024

Asunto: Autorización de Impresión de Tesis

C. CLAUDIA ITZEL ROLDÁN ARMAS

Por este conducto se le comunica que su tesis de Maestría en Administración titulada:

"LOS ROLES DE LA MUJER EN LAS EMPRESAS MÁS IMPORTANTES DE MÉXICO: UN ANÁLISIS CONTEMPORÁNEO"

Fue aprobada en su totalidad en cuanto a formato y calidad del contenido a satisfacción del H. Jurado del examen, por lo que está Usted autorizado a editar la presentación definitiva del trabajo.

ATENTAMENTE
Excelencia en Educación Tecnológica
Antorcha y Luz de Fuego Permanente


OLAYA PIRENE CASTELLANOS ONORIO
JEFA DE LA DIV. EST. POSG. E INVEST



INSTITUTO TECNOLÓGICO DE VERACRUZ
DIVISION DE ESTUDIOS DE
POSGRADO E INVESTIGACIÓN

EL H. JURADO


PERFECTO GABRIEL TRUJILLO CASTRO
PRESIDENTE


ANTONIO HUERTA ESTEVEZ
SECRETARIO


SONIA BAEZ LAGUNES
VOCAL


CLAUDIA GUADALUPE ZAURABAL GUTIÉRREZ
SUPLENTE



Calz. Miguel Ángel de Quevedo 2779 Col. Formando Hogar, Veracruz, Ver. MÉXICO CP 81887 Veracruz, Veracruz. Tel. (229) 934 15 00

E-mail: info@veracruztec.mx www.veracruztec.mx





Instituto Tecnológico de Veracruz
Subdirección académica

El presente trabajo de tesis **"LOS ROLES DE LA MUJER EN LAS EMPRESAS MÁS IMPORTANTES DE MÉXICO: UN ANÁLISIS CONTEMPORÁNEO"** por el (la) **C. Claudia Itzel Roldán Armas** ha sido aprobado por su comité tutorial como requisito parcial para obtener el grado de:

MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN

DIRECTOR


DR. PERFECTO GABRIEL TRUJILLO CASTRO

CODIRECTOR


DR. ANTONIO HUERTA ESTEVEZ

REVISOR


DRA. SONIA BÁEZ LAGUNES

REVISOR


MCA. CLAUDIA GUADALUPE ZARRABAL GUTIÉRREZ



Celz. Miguel Ángel de Quesada 2779 Col. Formando Hógas, Veracruz, Ver. MÉXICO CP 98991 Veracruz, Veracruz. Tel. (229) 334 15 00

e-mail: rector@itv.mx www.itv.mx



DEDICATORIAS

El presente trabajo está dedicado a todas las mujeres que somos parte fundamental y necesaria en las organizaciones. A todas aquellas para quienes el sistema actual ha quedado insuficiente y a quienes, con esfuerzo inquebrantable, continuamos demostrando que nuestras habilidades, responsabilidad y constancia son, y siempre serán, el único camino hacia los puestos que alguna vez imaginamos desde nuestras primeras experiencias laborales.

Este trabajo se realiza con la esperanza de que, cada día, más mujeres accedamos a los más altos niveles de dirección, y que pronto, ese "techo de cristal" se vuelva primero visible y reconocido, para luego ser transformado en un techo sólido que nos permita construir sobre bases firmes. Demostraremos que no buscamos ser superiores a los hombres, sino iguales, capaces de trabajar en equipo, y que, en un futuro cercano, este tipo de análisis sea solo un antecedente de una desigualdad que ya no exista.

Dedico este logro a Aurea, Silvia y Aurea Berzabeth, mis amigas y mis colegas, quienes han sido una fuente constante de inspiración y apoyo. A Francisco y a mi esposo Jorge, los hombres que han confiado en que, aun siendo mujer, puedo lograr todo lo que me proponga.

Un agradecimiento especial y con mi admiración al Dr. Antonio Huerta Estévez por ser quien me guio en el desarrollo de mi trabajo, que puso su esfuerzo para que pudiera tener el camino adecuado y que apoyó mi idea de manera constante.

Para mi amigo Cesar Grimaldo con quien inicié este camino y con quien varias veces pensé en dejar inconcluso lo que hoy es una realidad, ¡felicidades maestro, lo logramos!

AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a los profesores que han sido parte fundamental para el desarrollo y el aprendizaje de este posgrado, las asignaturas estudiadas y la presente tesis

Igualmente, extendiendo mi gratitud a los Doctores que confiaron en la realización de este documento y por trasmitirme sus conocimientos, dedicación hacia la enseñanza y hacia la investigación constante.

Finalmente, agradezco a todo el cuerpo académico de la Maestría en Administración quienes durante mi formación no solo me brindaron las herramientas teóricas necesarias, sino también el apoyo y el espacio para desarrollarme profesionalmente.

INDICE GENERAL

OFICIO DE AUTORIZACION DE IMPRESIÓN.....	2
DEDICATORIAS.....	4
AGRADECIMIENTOS.....	5
INDICE GENERAL.....	6
ÍNDICE DE TABLAS	8
ÍNDICE DE FIGURAS	9
RESUMEN.....	10
ABSTRACT	11
INTRODUCCIÓN	12
Capítulo 1 Problemática.....	14
1.1 Planteamiento del problema	14
1.2 Formulación del Problema	15
1.2.1 Pregunta de Investigación.....	16
1.2.2 Problemas Específicos.....	16
1.3 Objetivos.....	16
1.3.1 Objetivo general.....	16
1.3.2 Objetivos específicos.....	16
1.4 Justificación del estudio	17
1.4.1 Práctico	17
1.4.2 Social	18
1.5 Limitaciones.....	19
Capítulo 2. Marco Teórico.....	19
2.1. Antecedentes de investigación.....	19
2.2. Bases teóricas	22
2.3. Marco metodológico	28
Capítulo 3. Diseño Metodológico	28
3.1. Tipo de investigación	28
3.2. Metodología de la investigación.....	31
3.2.1 Técnicas e instrumentos de recolección.....	32

3.3. Diseño de la investigación	33
3.4. Desarrollo de la investigación.....	34
CAPITULO 4: RESULTADOS	35
4.1. Presentación de resultados.....	35
4.2. Análisis de resultados	45
CONCLUSIONES.....	46
RECOMENDACIONES.....	49
REFERENCIAS.....	50
ANEXOS	52

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Tipos de Investigación.....	29
Tabla 2 Enfoques de la Investigación.....	29
Tabla 3 Tipos de Estudio.....	30
Tabla 4 Análisis de Género en 100 Empresas	35
Tabla 5 Sectores/Giros 100 Empresas.....	36
Tabla 6 Sectores/Giros Mujeres en puestos de CEO.....	38
Tabla 7 Empresas con Mujeres en Organigrama	39
Tabla 8 Cargos de Mujeres en Organigrama	40
Tabla 9 Niveles Organizacionales de Cargos de Mujeres	42
Tabla 10 País de Origen Empresas con Mujeres en Puestos de CEO.....	43
Tabla 11 País de Origen Empresas con Mujeres en Puestos de Organigrama	44
Tabla 12 Análisis 100 Empresas más importantes de México	53

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Análisis de Género	35
Figura 2 Sectores/Giros 100 Empresas	37
Figura 3 Sectores/Giros Mujeres en puestos de CEO.....	38
Figura 4 Empresas con Mujeres en Organigrama.....	39
Figura 5 Cargos de Mujeres en Organigrama	41
Figura 6 Niveles Organizacionales de Cargos de Mujeres.....	42
Figura 7 País de Origen Empresas con Mujeres en Puestos de CEO	43
Figura 8 País de Origen Empresas con Mujeres en Puestos de Organigrama	44

RESUMEN

En México, la participación de la mujer en el ambiente laboral ha incrementado en las últimas décadas, pero persisten importantes desafíos que limitan su pleno desarrollo profesional. A pesar de avances en legislación y políticas de inclusión, las mujeres aún enfrentan pocas oportunidades para acceder a puestos de liderazgo dentro de las empresas, especialmente en aquellas de origen nacional. Un fenómeno persistente es el techo de cristal, una barrera invisible que limita el ascenso de las mujeres a puestos de alta dirección, como los de CEO.

El techo de cristal se refiere a las limitaciones no visibles pero reales que impiden a las mujeres alcanzar posiciones directivas, a pesar de tener las habilidades y experiencia necesarias. En México, esta situación se evidencia en que solo un pequeño porcentaje de mujeres ocupa cargos de alta dirección. De acuerdo con el estudio de la Revista Expansión, en donde se analizan a las 100 empresas más importantes en México, solo el 6% cuenta con mujeres en la posición de CEO.

De manera general, las empresas extranjeras suelen estar más comprometidas con la diversidad de género y tienden a ofrecer mayores oportunidades para el desarrollo profesional de las mujeres en México. Estas compañías, a menudo por la influencia de políticas globales de inclusión, han implementado programas de equidad de género que promueven una mayor representación femenina en posiciones de liderazgo.

Aunque se han implementado iniciativas para fomentar la equidad, las barreras socioculturales y estructurales aún limitan el avance de las mujeres en el ámbito laboral mexicano. La desigualdad salarial y las pocas oportunidades de ascenso siguen siendo factores que limitan sus oportunidades.

ABSTRACT

In Mexico, women's participation in the workforce has increased over the past decades, but significant challenges still limit their full professional development. Despite advances in legislation and inclusion policies, women still face limited opportunities to access leadership positions within companies, especially in those of national origin. A persistent phenomenon is the glass ceiling, an invisible barrier that hinders women's advancement to senior management positions, such as CEO roles.

The glass ceiling refers to the unseen yet real limitations that prevent women from reaching executive roles, despite having the necessary skills and experience. In Mexico, this is evident in the fact that only a small percentage of women hold senior management positions. According to a study by Revista Expansión, which analyzed the top 100 companies in Mexico, only 6% have women in the CEO position.

In general, foreign companies tend to be more committed to gender diversity and tend to offer more opportunities for the professional development of women in Mexico. These companies, often influenced by global inclusion policies, have implemented gender equity programs that promote greater female representation in leadership roles.

Although initiatives to foster equity have been implemented, sociocultural and structural barriers still limit women's progress in the Mexican labor market. Wage inequality and limited opportunities for advancement remain factors that constrain their prospects.

INTRODUCCIÓN

El papel que desempeñan las mujeres dentro de las empresas varía dependiendo del sector y la cultura organizacional que particularmente existe en cada una de ellas. De manera general, el rol de la mujer en una empresa implicaría desempeñar las mismas funciones y responsabilidades que los hombres, contribuyendo de manera igualitaria al éxito y crecimiento de la organización.

Las mujeres en puestos directivos han cumplido con un desempeño fundamental en la toma de decisiones estratégicas y en la gestión de los equipos que lideran. El resultado de ser incluidas en estas posiciones aporta diversidad de perspectivas, habilidades y experiencias, lo que puede contribuir a una mayor innovación y rendimiento empresarial. La importancia de la presencia de la mujer en una empresa radica en la promoción de la cultura de igualdad de género y la diversidad en el ámbito laboral.

La igualdad de género para poder acceder a los puestos en las empresas determinará la comprensión de los roles de las mujeres en los puestos directivos, basado en que las oportunidades se deben aplicar de manera indistinta y solo evaluando las capacidades que tiene una persona para desempeñar las posiciones de autoridad y ejerciendo un papel de toma de decisiones dentro de las empresas.

El entorno igualitario para mujeres y hombres, ha tomado relevancia en el entorno de las empresas en los últimos años y ha caracterizado los cambios organizacionales que permiten el ingreso de las mujeres en distintos niveles de la estructura organizacional y además dejándole espacio en los puestos organizacionales más importantes de las empresas en donde se deciden los objetivos generales para la obtención de resultados.

Poco a poco las mujeres son mayormente vistas en puestos de liderazgo dentro de las empresas aportando cambios positivos y siendo generadoras de cambios para la consecución de metas y objetivos, brindando además de cifras de igualdad de género, datos que apoyan la idea que, de manera indistinta, estas oportunidades pueden

brindarse al género femenino. El entorno cultural debe, en algún momento, sustentar que las habilidades de las mujeres son un referente de cambio dentro de las empresas y a través de esta inclusión y oportunidad conseguir el éxito sin basar la confianza únicamente en el género masculino.

La igualdad de género debería ser una base sólida para conseguir un desarrollo adecuado y a pesar de los avances de los últimos años, de manera global se presentan situaciones que impiden que se concrete el desarrollo adecuado. El índice del género femenino constituye un aproximado de la mitad de la población mundial, aunque no se le den las mismas oportunidades, deben ser parte del progreso como sociedad. Este enfoque está mencionado en la agenda de Objetivos de Desarrollo Sostenible que brinda metas a alcanzar para el año 2030. Según los datos publicados en sus estadísticas, el 23% de las mujeres ganan menos que los hombres; basados en datos del mercado laboral a nivel mundial, las mujeres dedican su tiempo al trabajo doméstico y de cuidados que no son remunerados.

Se calcula que se necesitan cerca de 140 años de desarrollo para que las mujeres tengan una representación igualitaria en puestos de autoridad y liderazgo dentro de los lugares de trabajo. Sin un liderazgo político, inversiones y reformas políticas integrales, será difícil que las barreras sistémicas apoyen al logro del Objetivo 5 que menciona “La igualdad de género como un objetivo transversal clave en las políticas, presupuestos e instituciones nacionales.

Específicamente con este estudio se mencionará la meta 5.5 que menciona lo siguiente: “Asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles decisorios en la vida política, económica y pública”, que incluye de manera inminente el entorno laboral actual y en específico el prevalente en México.

Capítulo 1 Problemática

1.1 Planteamiento del problema

Los roles de la mujer dentro de las empresas pueden variar dependiendo del contexto y la cultura organizacional. Las funciones y responsabilidades de las mujeres en el papel que desempeñan, fomentan el éxito y crecimiento de la organización, actividad que está a la par de la que aportarían los hombres.

La importancia de las mujeres en puestos directivos dentro de las empresas radica en los roles fundamentales para la toma de decisiones estratégicas y en la gestión de equipos, además que aporta nuevas perspectivas, habilidades y experiencias que promueven innovación y rendimiento empresarial (López Noguero, 2002).

El concepto de liderazgo femenino nos brinda un contexto amplio en el rol de la mujer en puestos directivos; este concepto surge del reconocimiento de la identidad como mujer, sus capacidades y habilidades para dirigir un equipo. Las mujeres se enfocan a conciliar, bajo una orientación humanista y empática (Llanos Zuloaga, 2021).

Estas características empatan con el reconocimiento que se les da a las mujeres en cuanto a ser más humanas y emocionales, y a su vez, aportan positivamente para realizar cambios radicales en el sistema (Marañón , Muñiz, & Barrientos, 2022). Es por ello, que se puede considerar que la mayor participación de las mujeres en puestos directivos, brinda un entorno de mayor democracia, opciones y proposiciones participativas que llegan a ser muy superiores que algunos estereotipos patriarcales (Neira Piñeiro, Moral Pérez, & Villalustre, 2021).

Una mujer que se encuentra desempeñando un puesto directivo genera una mayor participación de su equipo de trabajo dándole una mayor importancia a la comunicación interpersonal, ya que suele confiar más en la cooperación que en la competencia fomentando el trabajo dentro del equipo de trabajo, lo cual marca una clara diferencia

con los hombres, ya que estos ven la participación y la delegación como una amenaza a su autoridad.

Los roles de género son conductas estereotipadas que provienen de la cultura prevaleciente, por tanto, pueden modificarse pues son actividades que pueden desarrollar las personas sin diferenciar el sexo al que pertenece. Es muy evidente que existen muchas y muy diversas dificultades y barreras para que la mujer pueda ingresar y permanecer en el mercado laboral, lo cual se debe principalmente a los estereotipos de género, los cuales los podemos asumir como serie de ideas impuestas y simplificadas, pero también fuertemente arraigadas sobre las características, aptitudes y actitudes de las mujeres y los hombres (Marrugo Salas, 2016)

No obstante, en los avances en la equidad de género, la participación de mujeres en puestos directivos en las principales empresas de México sigue siendo extremadamente baja. Esta situación refleja no solo una desigualdad persistente, sino también un potencial desaprovechado en términos de liderazgo y desempeño organizacional. La literatura sobre equidad de género en el ámbito laboral sigue incrementándose paulatinamente, sin embargo, hay una carencia de estudios que se enfoquen específicamente en las dinámicas de autoridad dentro de las grandes corporaciones mexicanas. Esta investigación pretende llenar ese vacío y ofrecer recomendaciones concretas para fomentar una mayor inclusión de mujeres dentro de las empresas.

1.2 Formulación del Problema

A pesar de los esfuerzos que se han hecho en materia de igualdad de género, así como el de aumentar la participación femenina en el ámbito laboral, al día de hoy aún existen barreras y desafíos que limitan el acceso de las mujeres a puestos directivos o de un nivel jerárquico importante dentro de las organizaciones, en específico en las empresas más importantes de México.

Por todo lo anteriormente acotado, es necesario saber cómo las mujeres están participando dentro de los puestos de las empresas más importantes de México, ya que no se tiene una igualdad de género dentro de las organizaciones por lo cual es palpable la desigualdad laboral existente en estas organizaciones a niveles directivos.

1.2.1 Pregunta de Investigación

¿Cuál es la representación actual de las mujeres en los niveles jerárquicos más altos de las empresas más importantes de México?

¿Qué roles específicos desempeñan las mujeres en las empresas más importantes de México y cómo varían en función del sector?

1.2.2 Problemas Específicos

- ¿Cuáles son las empresas más importantes de México de acuerdo a los resultados de 2023 otorgados por la revista Expansión?
- ¿En cuales sectores se clasifican las empresas más importantes?
- ¿Cuáles son los puestos que ocupan las mujeres en las empresas más importantes de México?
- ¿Qué niveles jerárquicos tienen las mujeres dentro de las empresas más importantes de México?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Analizar la posición de las mujeres dentro de las 100 empresas más importantes en México de acuerdo al ranking 2023 de la revista Expansión.

1.3.2 Objetivos específicos

1. Definir cuáles son las empresas más importantes en México de acuerdo al ranking 2023 de la revista Expansión.

2. Clasificar a las empresas de acuerdo al sector que pertenecen.
3. Distinguir los puestos más importantes en las empresas que son ocupados por mujeres
4. Identificar los niveles jerárquicos en estas empresas en donde la mujer tiene participación.

1.4 Justificación del estudio

La investigación es relevante debido a la creciente importancia de la igualdad de género en el desarrollo económico y social de los países. Dentro del desarrollo de los países, el ámbito laboral es necesario para que se alcancen los objetivos y comprender la situación actual de las mujeres en las empresas más importantes de México no solo aporta al conocimiento académico, sino que también proporciona hallazgos valiosos para la formulación de políticas públicas y empresariales que promuevan la inclusión y el empoderamiento femenino en el ámbito laboral.

Algunos elementos comunes que suelen incluirse en la justificación de un estudio de investigación son:

1.4.1 Práctico

Este estudio puede apoyar en la toma de decisiones organizacionales al identificar las barreras y facilitadores que influyen en la participación de las mujeres en roles más importantes de una empresa, posterior puede sugerir la implementación de estrategias más efectivas para promover la igualdad de género. Esto puede resultar en una toma de decisiones más diversa y equilibrada, lo cual está demostrado que mejora los resultados de los objetivos de las organizaciones.

Los hallazgos del análisis documental podrían brindar una guía a las empresas en la creación y ajuste de políticas y prácticas internas que fomenten un entorno inclusivo e igualitario para desarrollar programas específicos para mujeres, políticas de conciliación

laboral y planes de carrera que consideren las habilidades y potencialidades de las mujeres.

Las empresas que logran integrar exitosamente a mujeres en posiciones clave pueden beneficiarse de una mayor innovación y creatividad, atributos asociados con equipos diversos. Esto puede traducirse en una ventaja competitiva en el mercado en México.

1.4.2 Social

Este estudio contribuye a la agenda en cuanto al tema de igualdad de género al proporcionar datos empíricos sobre la situación actual de las mujeres en el ámbito empresarial dentro de México. Al destacar las oportunidades que tiene la mujer en las empresas más importantes de México se pueden realizar propuestas para reducir la brecha de género en el mercado laboral y crear más oportunidades para las mujeres.

Una vez que se hayan identificado las posiciones ocupadas por las mujeres dentro de las empresas de México, se conoce la relevancia de crear espacios para que otras mujeres identifiquen los cargos, mercados y sectores aspiracionales que les permitan ejercer un rol de liderazgo, situación que puede fortalecer la cultura de igualdad y empoderamiento en el ámbito laboral.

El sector privado es un referente importante en el desarrollo del país y hacer visibles las oportunidades de las mujeres y las posiciones que ocupan en las empresas más importantes del país puede fomentar regulaciones en las políticas públicas y programas empresariales destinados a promover la igualdad de género en el ámbito laboral.

La contextualización de los hallazgos puede aumentar la conciencia social sobre la importancia de la igualdad de género en el entorno laboral a través de la sensibilización de las empresas sobre las barreras que enfrentan las mujeres y los beneficios de su participación igualitaria, promoviendo un cambio cultural hacia la integración de las mujeres en el mercado laboral, y sobre todo, en los roles de liderazgo.

1.5 Limitaciones

El presente estudio documental se basará en resultados obtenidos a través de fuentes públicas que se generan a través de publicaciones especializadas y podría resultar que la información relevante y específica puede no estar disponible en su totalidad para consulta. En la revisión documental se puede presentar falta de acceso a información detallada que sea fundamental para entender las estructuras de las empresas, las políticas de acceso para el género femenino y las estadísticas reales de la presencia de las mujeres en los puestos relevantes dentro de las empresas.

Al tratarse del sector privado, existen restricciones naturales de acceso a ciertos datos por cuestión de políticas internas organizacionales y esta obtención de datos pudiera tener sesgos notorios en la fiabilidad de las observaciones desarrolladas en las conclusiones

Los documentos disponibles de manera pública, podrían limitar el detalle necesario sobre los roles específicos que desempeñan las mujeres en diferentes niveles jerárquicos u omitir la presencia del género masculino en los roles que se van a revisar.

Capítulo 2. Marco Teórico

2.1. Antecedentes de investigación

A través de los años en donde la mujer ha estado presente en el ámbito laboral, su rol dentro de las empresas privadas ha debido pasar por dificultades de género y desigualdad en las oportunidades para alcanzar puestos de autoridad. Durante mucho tiempo, las mujeres han enfrentado barreras en el acceso a puestos de autoridad y quienes están dentro de estas oportunidades presentan brechas salariales importantes en comparativa con el género masculino, pese a ello, en las últimas décadas se han realizado avances significativos hacia la igualdad de género en el ámbito laboral. (Diaz Dumont & Ledezma Cuadros, 2021)

Aunque se han logrado progresos, aún quedan desafíos que persisten en donde las mujeres a menudo enfrentan obstáculos adicionales como la conciliación de la vida laboral y familiar, el sesgo de género y la falta de redes de apoyo. Sin embargo, cada vez más mujeres están rompiendo barreras y alcanzando posiciones de liderazgo en empresas de todo el mundo.

Hoy en día, muchas empresas reconocen la importancia de la diversidad de género y están tomando medidas para promover la inclusión y la equidad. Se han implementado políticas y programas para fomentar la participación de las mujeres en roles de liderazgo y para cerrar la brecha salarial. Además, se están llevando a cabo esfuerzos para eliminar los sesgos de género en los procesos de contratación y promoción. (López Noguero, 2002)

Teniendo en cuenta que el desarrollo de la empresa y de sus actores es producto de un entorno social, ambiental, cultural, político y económico que ha caracterizado la historia general de los pueblos y las naciones, se precisa un análisis desde la perspectiva de género, tal como se propone en este trabajo de investigación, donde se analiza el rol de la mujer en las décadas de 1950 a 1970. Cuando se hace referencia al estudio de género, se está hablando directamente del papel que desempeñan las personas dependiendo de su sexo. Se hace mención de este tema debido a que el objetivo principal consiste en determinar cuál ha sido el rol de las mujeres en el desarrollo del empresariado. (Díaz Dumont & Ledezma Cuadros, 2021)

En la década de 1950, las actividades empresariales con mayor auge y acogida por las mujeres empresarias de Boyacá estaban relacionadas con los sectores de comercio, industria y explotación primaria, referidas específicamente al comercio de ropa y otros enseres, y la explotación y transformación de productos agropecuarios. El desarrollo de estas actividades empresariales es consecuente con los conocimientos previos que las mujeres tenían al ejercer su papel como madres y esposas, es decir, conocían las necesidades y los requerimientos del comercio de los productos de consumo masivo, como ropa, comida, electrodomésticos.

“En la década de 1960, se evidenció una mayor participación del comercio, industria y servicios; en el caso del comercio, su participación fue de 35%, sobresaliendo actividades como la compraventa de mercancías para el hogar y productos de consumo masivo y abarros; en el caso de los servicios, estos se centraron en la venta de seguros y títulos empresariales.” (Caliz, 2021)

“En nuestro país, un 24% de las mujeres en promedio se desempeñan en cargos de alta dirección. Dentro de los sectores económicos, el de servicios financieros concentra un gran número de mujeres, llegando a 46% de la planta laboral” (SBIF, 2008), así como también en comercio, recursos humanos, comunicaciones, responsabilidad social empresarial y otros servicios (comunales y sociales). Es posible afirmar también que, en este sector, la mujer aún no ha penetrado suficientemente el nivel superior de la organización, comúnmente asociado de manera simbólica al poder, los negocios, el dinero y las influencias.

La participación de mujeres a nivel jerárquico es acotada y significativamente menor a la participación que el mismo grupo exhibe a nivel de la economía como un todo, lo que se confirma al observar que apenas el 7% los funcionarios que se desempeñan a nivel de directorio son mujeres, que a su vez constituyen el 0,1% de las mujeres presentes en dicho sector. Si se observa a nivel gerenciales y sub gerenciales la participación de la mujer alcanza el 18% del total de los cargos y 1,4% respecto al total de mujeres en dicho sector (Díaz Dumont & Ledezma Cuadros, 2021). Esto muestra que aún en sectores con alta densidad laboral femenina, existen limitantes que dificultan que la mujer se desempeñe en los altos niveles de autoridad.

Por otra parte, en nuestra sociedad, las mujeres han ido incrementado sus años de educación, pavimentando el camino para una participación dentro de la empresa que conlleve mayores desafíos, y se encuentre basada en mayores conocimientos y talento.

Cabe señalar que la desigualdad de la participación de género en cargos de autoridad y alta dirección, se transforma en un problema, cuando existe impedimento para el

desarrollo de conductas y deseos legítimos, comúnmente asociados a patrones sociales, culturales y simbólicos y no a una diferencia en términos de preferencias de los individuos. Si las mujeres, por el sólo hecho de su condición, se sienten impedidas para llevar a cabo dichas preferencias, entonces existe un problema de índole social y económico, que se traduce en la pérdida del potencial valioso, que, en este caso, se refleja en pérdida de capital humano en el mercado laboral y en particular, en el ámbito de la dirección.

En este sentido, cuando se aspira a una igualdad de género, en realidad se refiere a un estado de desarrollo social en el cual “los derechos, responsabilidades y oportunidades individuales no están determinadas por haber nacido hombre o mujer”, en otras palabras, donde es posible que mujeres y hombres se desarrollan en todo su potencial.

2.2. Bases teóricas

El rol de la mujer en una empresa puede variar dependiendo del contexto y la cultura organizacional, sin embargo, su papel en una empresa implica desempeñar las mismas funciones y responsabilidades que los hombres, contribuyendo de manera igualitaria al éxito y crecimiento de la organización.

Las mujeres en puestos de autoridad y alta gerencia desempeñan un papel fundamental en la toma de decisiones estratégicas y en la gestión de equipos. Su presencia en estos roles aporta diversidad de perspectivas, habilidades y experiencias, lo que puede conducir a una mayor innovación y rendimiento empresarial. (IESE. 2023)

Las mujeres en puestos de autoridad constituyen un grupo peculiar dentro de las cifras de mujeres profesionales inmersas dentro de las empresas privadas. Las funciones que realizan, la condición de minoría marcada en puestos de autoridad y la comparativa entre género dentro de la misma actividad de puestos gerenciales, coloca los datos sobre los que se basará la presente investigación.

El papel de la mujer en las empresas privadas estará marcado por esta nueva realidad: Hombres y mujeres continúan cuestionándose su identidad personal y su papel en la familia y en la sociedad. El modelo de empresa que la mujer puede ayudar a implantar desde una visión verdaderamente humanista de la vida es mucho más acorde con lo que exigen los tiempos que corren. (ETHIC. 2023)

Por regla general, las mujeres directivas tienden a alentar la participación y dan mucho valor a la comunicación interpersonal. En un puesto directivo, la mujer suele confiar más en la cooperación que en la competencia. Asimismo, a la mujer le gusta fomentar el trabajo en equipo entre sus compañeros y compañeras de trabajo. A diferencia de muchos hombres, las mujeres no ven la participación y la delegación como una amenaza a su autoridad, sino como una parte integral de su papel directivo.

Los roles de género son conductas estereotipadas por la cultura, por tanto, pueden modificarse dado que son tareas o actividades que se espera que realice una persona por el sexo al que pertenece. Es un hecho que las mujeres han tenido muchas dificultades y obstáculos para insertarse y permanecer en el mercado laboral, este fenómeno, según (Sanz Simon, Sonlleve Velasco, & Maroto Saez, 2020), se debe a dos razones principales, ambas vinculadas a los llamados estereotipos de género, “los cuales son una serie de ideas impuestas, simplificadas, pero fuertemente asumidas sobre las características, aptitudes y actitudes de las mujeres y los hombres”.

Dentro del aspecto de análisis del rol de la mujer en el ámbito laboral, se puede mencionar el término Techo de Cristal mismo que fue referido en un artículo en The Wall Street Journal en el año de 1996 en Estados Unidos, el cual hacía una descripción de las barreras invisibles, debido a que no es percibida como tal por parte importante de la sociedad y porque no existen impedimentos explícitos discriminatorios contra las mujeres, sino que es mayoritariamente producto de determinados comportamientos sociales, lo cual impide el acceso de las mujeres a los cargos con toma de decisiones y autoridad. (Gaete-Quezada, 2015)

El Techo de Cristal hace referencia a las barreras u obstáculos que se invisibilizan pero que crecen a medida que las mujeres van escalando en el desarrollo laboral y que impide, frena y condiciona el acceso justo e igualitario a los cargos ejecutivos en las compañías que las contratan. Se considera invisible porque no tiene reconocimiento social y tampoco es explícita para ser reconocida como discriminación de las mujeres además que no hay una regla en la que se pueda basar su estudio en donde haga referencia a la ruptura de ascenso en la vida profesional que se desarrolla.

Parte de la iniciativa del estudio de este término, es enfatizar en las desigualdades y discriminación con las que tienen que lidiar las mujeres, a partir de su enfoque en conseguir cargos especializados. Dicho término se publicó por primera vez en el *The Wall Street Journal* en 1986 (Gaete Quezada, 2018) centrándose en las pocas oportunidades del mundo laboral hacía la carrera profesional de mujeres que consiguen prepararse para asumir mejores oportunidades de ascenso.

Adicional al concepto de la desigualdad de género, el techo de cristal marcaría la tendencia a analizarse de acuerdo con las diferencias en el entorno actual y cuál es la prevalencia de las mujeres en las posiciones de autoridad y altos mandos; determinando una posibilidad del ingreso de la mujer a las empresas privadas.

De manera global, las cifras de las mujeres dentro del ámbito laboral han ido modificándose a favor de su presencia e integración en las empresas; el índice de paridad de género ha presentado cambios positivos para las mujeres y se reconoce su ingreso comparándolo con el género masculino (Escobar Jimenez, 2022). La referencia del ingreso de las mujeres a las instituciones educativas ha permitido que estos cambios se lleven a cabo, sin embargo, estas oportunidades generan barreras que fomentan el fenómeno antes mencionado como Techo de Cristal, sin tener aun las bases suficientes para asegurar la inclusión del género femenino.

Para los conceptos sociales, las mujeres además de las actividades profesionales y laborales tienen que ejercer roles de cuidado y atención a las labores de una casa.

Cuando las condiciones familiares ameritan el cuidado de hijos, las condiciones laborales también se ven afectadas; pese a la inserción en la educación y después en los mercados laborales actuales, las ideas de una sociedad basada en las decisiones de un enfoque masculino, juegan papeles decisivos en las posibilidades de cargos superiores para las mujeres. Los roles de la mujer en la sociedad están basados en aspectos que tienen que ver con la vida personal y la atención de una familia, situación que hace más difícil la inserción de la mujer en cargos superiores pues estos, les generan una mayor carga de trabajo, mayor responsabilidad y genera la disponibilidad de más tiempo en el trabajo.

Por otro lado, no todas las mujeres tienen hijos y también se ven afectadas por las condiciones sociales, pues la cultura del país está enfocada hacia los hombres que consiguen oportunidades sobresalientes. Toda vez que se tenga cualquiera de las dos opciones, en las organizaciones más desarrolladas de país, existen bloqueos dentro de cada empresa que cuestionan sobre los conocimientos y la posibilidad de permitir que las mujeres estén a cargo de un negocio o puesto (Escobar Jimenez, 2022)

Situándose en Europa entre los siglos XVIII y XIX una nueva era surgió en donde se vieron favorecidos diferentes ámbitos culturales y económicos que ocasionaron que el trabajo humano tomará una consideración diferente, todo ello, proveniente de la capacidad del consumo de bienes y servicios por parte de la población en general. Una vez que este fenómeno fue más notorio, comenzó la denominada Revolución Industrial, sustentada en los cambios económicos con un crecimiento sostenido bajo la posibilidad del consumo y acceso por habitante a los productos y servicios que aparecieron en el mercado.

Uno de los cambios más evidentes fue la tecnología y los avances en la industria, que favorecieron y reclamaron instalación de fábricas y mayores concentraciones en el mercado, como la propiedad de tierras para trabajos de agricultura. En temas de comercio interior y aduanas, el libre paso de productos y la posibilidad de realizar comercio exterior favoreció la innovación en donde los habitantes de países europeos tuvieron oportunidad de desarrollar ideas que fomentaron al trabajo industrial por medio

de maquinarias con gran aporte en la fabricación de productos. (Escudero, La revolución industrial: Una nueva era, 2009)

Una vez instaladas las industrias y las fábricas, la mano de obra fue teniendo mejoras para su regulación, estableciendo salarios y una división y especificación del trabajo lo que delimitando las actividades o procesos que se llevaban de manera general por todo el factor humano dentro de una empresa a sectorizarse con el fin de contribuir a la especialización y con ello la producción mejoró su tiempo de respuesta por medio de cadenas de producción, identificando un proceso para cada trabajador en la fábrica.

Con la instalación de máquinas y procesos de producción dentro de las fábricas, empieza a incrementarse la demanda de mano de obra. Durante el siglo XVIII el trabajo de la mano de obra era más bien desempeñado por hombres y se requería de su intervención para la producción, sin embargo, ante la creciente necesidad de incrementar personal, la mujer empieza a vislumbrar en la introducción a trabajos formales dentro de las fábricas. Anterior al ingreso a las fábricas, las mujeres desempeñaban tareas enfocadas a trabajos de aseo, cuidado de familias, producción de comida, cuidado de cultivos o elaboración de tejidos, por mencionar algunas. Fue hasta este siglo que se le permitió la introducción a un trabajo asalariado. (Scott J. , 1993)

La literatura nos habla del concepto de un prototipo de mujer en su labor dentro de la familia, en la crianza y en las actividades domésticas, bajo el argumento de ser la máxima aspiración para alcanzar y los patrones que se debían seguir culturalmente; el inicio de la Revolución Industrial fomentó la creación de brechas importantes en donde se cuestionara el papel de la mujer dentro de las industrias. (Nash, 1983)

Una vez que la mujer ha sido involucrada en la industria, sus condiciones laborales han tenido desventaja en la práctica. Se puede mencionar el ingreso paulatino en las empresas, la posibilidad de alcanzar puestos administrativos que determinen la toma de decisiones importantes en las empresas y la remuneración desigual entre los géneros masculino y femenino. Una de las causas más relevantes de la discriminación de la mujer

se presenta por género, se expone a temas de acoso laboral y sexual, existe una brecha salarial para las mujeres y existen limitantes del desarrollo organizacional para el género femenino.

Dentro de una organización, el Techo de Cristal se puede percibir en las políticas de desarrollo o plan de ascenso para las mujeres, pues son pocas las que consiguen estatus directivos que les permitan tomar decisiones importantes. Para el entorno, no es necesario o suele no ser reconocido como un patrón a seguir, ya que socialmente los puestos de autoridad de una organización están ocupados por hombres.

Para los conceptos sociales, las mujeres además de las actividades profesionales y laborales tienen que ejercer roles de cuidado y atención a las labores de una casa. Cuando las condiciones familiares ameritan el cuidado de hijos, las condiciones laborales también se ven afectadas; pese a la inserción en la educación y después en los mercados laborales actuales, las ideas de una sociedad basada en las decisiones de un enfoque masculino, juegan papeles decisivos en las posibilidades de cargos superiores para las mujeres.

Los roles de la mujer en la sociedad están basados en aspectos que tienen que ver con la vida personal y la atención de una familia, situación que hace más difícil la inserción de la mujer en cargos superiores pues estos, les generan una mayor carga de trabajo, mayor responsabilidad y genera la disponibilidad de más tiempo en el trabajo. Por otro lado, no todas las mujeres tienen hijos y también se ven afectadas por las condiciones sociales, pues la cultura del país está enfocada hacia los hombres que consiguen oportunidades sobresalientes. Toda vez que se tenga cualquiera de las dos opciones, en las organizaciones más desarrolladas de país, existen bloqueos dentro de cada empresa que cuestionan sobre los conocimientos y la posibilidad de permitir que las mujeres estén a cargo de un negocio (Escobar Jiménez, 2022).

2.3. Marco metodológico

Se presenta la técnica del análisis de contenidos, su concepto, definición y metodología, ventajas y limitaciones. El análisis de contenidos es una herramienta de gran utilidad basada en el análisis y la interpretación de fuentes documentales y en identificar los códigos utilizados por el emisor del discurso, su contenido, el contexto en el que surge y se desarrolla el mensaje, para descubrir y evidenciar sus contenidos latentes. El objetivo es conocer no sólo lo que se transmite literalmente, sino todo aquello que pueda influir o condicionar el mensaje implícitamente.

En el análisis de contenido, los datos cualitativos adquiridos para la investigación se evalúan metódicamente para convertirlos en datos cuantitativos. El análisis de contenido se diferencia de otros tipos de investigación en que no recoge datos directamente de los individuos. En cambio, se trata de la investigación de datos que ya han sido registrados en medios sociales, textos, libros o cualquier otra forma física o virtual. (López Noguero, 2002)

El objetivo del análisis de contenido es «leer entre líneas». Pretende determinar respuestas a preguntas en las que el texto implica algo y no es necesariamente explícito. (López Noguero, 2002)

Capítulo 3. Diseño Metodológico

3.1. Tipo de investigación

La historia de la ciencia ha contribuido con varios enfoques de marcos interpretativos para explicar el estudio de diversos fenómenos. A través del desarrollo de las corrientes, se han desarrollado y reconocido aproximaciones a revisar que se resumen en realizar una investigación por medio de enfoques que marcan el desarrollo de un trabajo de investigación; las siguientes tablas contienen los detalles de las características para poder realizar una investigación científica.

TIPOS DE INVESTIGACIÓN		
Tipo	Características	Contenido
Investigación Básica o Pura	Generación de conocimiento teórico y la comprensión de fenómenos naturales o sociales, aunque el fin no contenga una aplicación inmediata. Por medio de: bases teóricas y búsqueda de información	Reunir conocimientos y elementos científicos y académicos para promover el conocimiento que pueda aportar elementos para nuevas teorías, principios o leyes. Suelen no tener una aplicación práctica inmediata, pero sientan las bases para lograr avances de la ciencia por los conceptos que contienen
Investigación Aplicada	Cuenta con los términos para resolver problemas concretos y específicos y cuenta con la empleabilidad inmediata de la información	Se analiza es que el conocimiento generado pueda contribuir a mejorar procesos, desarrollar tecnologías, o implementar soluciones prácticas en donde se realice la exploración. Emplea el conocimiento y aborda problemas específicos, ofreciendo soluciones efectivas y eficientes para generar un cambio o impacto.

Tabla 1 Tipos de Investigación

Fuente: (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010)

ENFOQUES DE LA INVESTIGACIÓN		
Tipo	Características	Contenido
Enfoque Cuantitativo	Reúne información de orden medible y bajo un análisis estadístico que pueda determinar el establecimiento de patrones de comportamiento y probación de teorías.	Se determina a través de hipótesis y variables bajo un esquema riguroso que finalmente determina conclusiones que aporten a este tipo de estudio
Enfoque Cualitativo	Está centrado en una recolección de datos sin medición numérica que son revisados con un proceso de interpretación	Las hipótesis y preguntas de la investigación se pueden realizar en todo el proceso de la recopilación de información

Tabla 2 Enfoques de la Investigación

Fuente: (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010)

TIPOS DE ESTUDIO		
Tipo	Características	Contenido
Investigación Exploratoria	Se utiliza cuando el objetivo es examinar un problema o fenómeno poco conocido o del cual se tiene escasa información	Permite obtener una visión general del tema en cuestión y es especialmente útil en las primeras etapas de la indagación científica
Investigación Descriptiva	Se enfoca en especificar las propiedades, características, y perfiles de personas, grupos, comunidades, o cualquier fenómeno que sea objeto de estudio, este tipo de investigación busca detallar de manera precisa los aspectos fundamentales de un fenómeno sin manipular el entorno ni intervenir directamente.	Tiene como fin principal brindar una descripción detallada y sistemática que permita a los investigadores comprender mejor el fenómeno observado y, en algunos casos, sentar las bases para futuras investigaciones explicativas.
Investigación Explicativa	Busca determinar las causas y efectos de los fenómenos estudiados	Proporciona una comprensión profunda de las relaciones entre variables dando solución a los eventos o situaciones, estableciendo conexiones causales

Tabla 3 Tipos de Estudio

Fuente: (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010)

El presente trabajo define el tipo de investigación como básica o pura, ya que de esta dependerá el manejo de información. Se revisan documentos que han sido publicados para conseguir información documental y contener bases teóricas para futura aplicabilidad en el tema relacionado con el análisis y la síntesis de los hallazgos encontrados en las empresas más importantes de México en donde las mujeres ocupan puestos jerárquicos y de alta dirección. A su vez se aborda un enfoque cualitativo basado en las estadísticas y reunión de información para hacer un análisis importante de cuales empresas, sectores y puestos están ocupados por el género femenino.

Bajo una investigación exploratoria se busca familiarizarse con el contexto de las mujeres en el mundo laboral dentro de las empresas de México, identificar variables relevantes y formular hipótesis preliminares acerca de los puestos que ocupan y cuál es la

participación en los sectores de las empresas, sugiriéndose el uso del contenido a estudios más profundos en el futuro que revisen el estatus de las mujeres en el ámbito laboral. El alcance no es para generar conclusiones definitivas, sino que la investigación exploratoria sea impactante en la construcción de conocimiento inicial y orientar el desarrollo de investigaciones posteriores más estructuradas

La investigación documental se caracteriza por la recopilación, revisión y análisis de información que ya ha sido publicada, como libros, artículos científicos, informes, y otros documentos. Este tipo de investigación se enfoca en extraer y sistematizar datos de fuentes secundarias, con el fin de desarrollar una comprensión más profunda de un tema o problema de investigación sin la necesidad de interactuar directamente con la realidad o con aplicabilidad de recolección de datos nuevos.

Es una metodología clave para el desarrollo teórico, ya que permite identificar tendencias, teorías, y antecedentes que fundamentan la investigación. La investigación documental es ampliamente utilizada en disciplinas donde la revisión exhaustiva de la literatura existente es esencial para establecer nuevas investigaciones y sirve como base de las futuras revisiones del mismo tema. Por tanto, este trabajo es una investigación documental que está basada en artículos confiables y bases teóricas que ahondan en las posiciones de las mujeres dentro del mercado laboral en México para acercarnos a la realidad inmediata del contexto social, cultura y laboral que se vive dentro de las empresas del país.

3.2. Metodología de la investigación

Se analizarán los datos de la revista Expansión del año 2023 que cumple con la veracidad de la información, primero analiza las empresas más importantes de México y posteriormente menciona a las mujeres que ocupan posiciones importantes en las empresas.

Los artículos de la revista Expansión cumplen con un enfoque de recolección de datos por medio de un cuestionario electrónico en donde se contenían las preguntas para conocer el entorno laboral de las mujeres en las empresas más importantes de México y las posiciones de mujeres dentro de ellas.

3.2.1 Técnicas e instrumentos de recolección

El análisis de contenido es una investigación que puede analizar las comunicaciones humanas, cómo las personas planifican sus vidas, lo que las personas saben sobre algo y cómo las personas reaccionan ante algo. Este se ha convertido en una alternativa a las investigaciones tradicionales de los medios de comunicación de masas, que entonces se utilizaban para la investigación de la opinión pública. El análisis de contenido emplea métodos para examinar los datos, las imágenes, los textos impresos, los sonidos, los medios de comunicación social, los artículos, los libros, las revistas y la web, principalmente para entender lo que la gente quiere decir, lo que la gente permite y lo que la información que transmite dice a la empresa o a la sociedad en general.

La importancia de utilizar el análisis de contenido en una investigación documental es porque es una de las operaciones fundamentales de la cadena documental y se trata de una operación de tratamiento. Bajo este esquema, la presente investigación contiene un análisis de los contenidos de la revista expansión en donde las personas que en este caso son mujeres, han realizado anteriormente un cuestionario que evalúa su presencia en las empresas más importantes de México, se examinarán los datos obtenidos con el fin de tener conclusiones de las características del entorno revisado dentro del país y el papel de la mujer en el mercado laboral.

3.3. Diseño de la investigación

Identificar las fuentes documentales que en este caso es la revista que contiene la información mencionada, así como los dos artículos de las empresas y las posiciones de mujeres dentro de ellas.

Toda vez que ya se cuenta con la información documental se procede a realizar un análisis de contenido, este instrumento contiene la metodología para poder hacer los comentarios de la información por medio de frases seleccionadas y que es considerada una técnica de interpretación de textos, registros de datos, entrevistas y documentos que lleven a los investigadores a que a través de la correcta lectura y análisis adecuados puede tener un impacto en los conocimientos del evento a investigar. Dentro de este análisis de contenido se encuentra el enfoque cualitativo que inicia con la revisión de documentación previa disponible y se desarrolla justamente en el análisis para ahondar en el contenido e incluir el contexto social de donde se obtuvieron los datos a revisar. (Andréu Abela, 2002)

La revista Expansión realizó una convocatoria abierta vía electrónica en su página web y por correo electrónico a agencias de relaciones públicas y empresas. Las candidatas interesadas realizaron un cuestionario que contenía información de variables cuantitativas y cualitativas, obteniendo un total de 279 perfiles para revisión.

La revista explica que el ranking presentado se compone de los siguientes datos: 30% en el Nivel Jerárquico y alcance valorando si la participante es dueña de una empresa y/o ejecutiva y si su posición se encuentra en México y a nivel global cuando aplique; 30% en Trascendencia que refiere a la participante que forma parte de un consejo de administración o comité ejecutivo de la empresa donde labora, si compone el consejo de administración o comité ejecutivo de otras empresas, si es parte de organismos, fotos y realiza mentorías o coaching; con el 30% el Valor del Puesto previamente revisado con expertos en remuneración, se asignó una mediana de la compensación que una ejecutiva puede tener en la posición que ocupa, considerando el salario que percibe, el tamaño de

la empresa, el manejo y la experiencia que requiere el cargo; finalmente, el 10% en donde se evalúa el total de ventas de la compañía y el número de empleados que la compone.

La recolección de datos se realizará desde un enfoque cualitativo ya que se busca obtener datos e identificar las variables para convertirlas en información para crear conceptos, percepciones e interacciones de aquellos participantes que son revisados en la información recolectada, con la finalidad de comprenderlos y así dar solución a las preguntas de investigación y brindar la generación de conocimiento (Sampieri, 2010)

Se lleva a cabo el análisis de las empresas más importantes en México de acuerdo al ranking obtenido en el año 2023 otorgado por la Revista Expansión. En este ranking se concentran bajo una metodología aquellos datos de las mujeres en el ámbito laboral; con esta información se realizará una interpretación para hacer conclusiones del entorno en México y cuáles son los puestos que están ocupando de manera actual.

3.4. Desarrollo de la investigación

Se revisará la información de manera analítica, identificando cuales son los resultados de las empresas más importantes de México y en cuales de ellas se ocupan las posiciones jerárquicas, considerando el sector, tipo de puesto y cuantas de estas empresas están dirigidas por mujeres.

Una vez con la información obtenida se realizarán los comparativos de los puestos y su relevancia en las empresas. Con el resumen realizado se podrá hacer la clasificación de los datos y el análisis final para poder realizar sugerencias y conclusiones.

CAPITULO 4: RESULTADOS

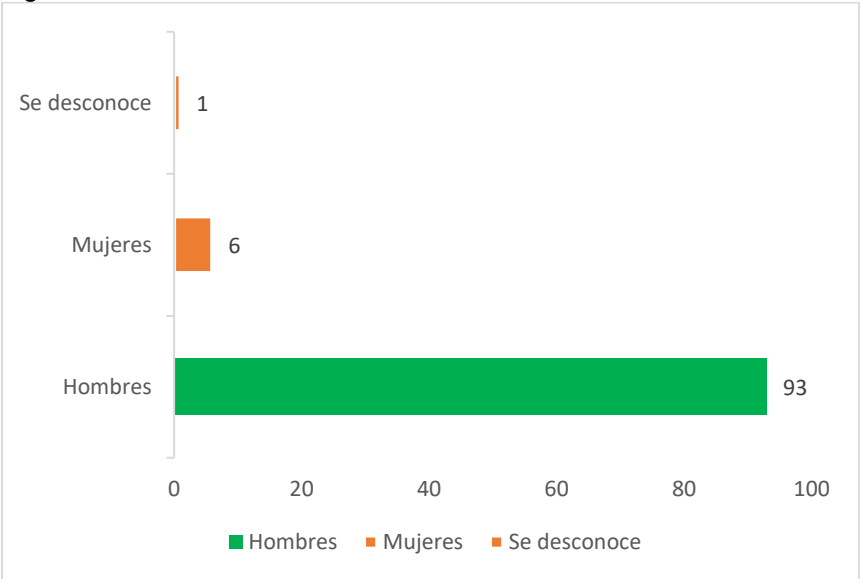
4.1. Presentación de resultados

A continuación, se presentan los resultados del análisis de datos basado en la revista expansión acerca de las 100 empresas más importantes de México. Se incluye el total de las empresas, los datos de género de quienes forman parte de las empresas, los sectores que tienen las empresas, niveles organizacionales de los puestos y los países de donde tienen origen.

1. Análisis de Género en 100 Empresas	
Género	Total
Hombres	93
Mujeres	6
Se desconoce	1

Tabla 4 Análisis de Género en 100 Empresas

Figura 1 Análisis de Género



Fuente: Elaboración propia

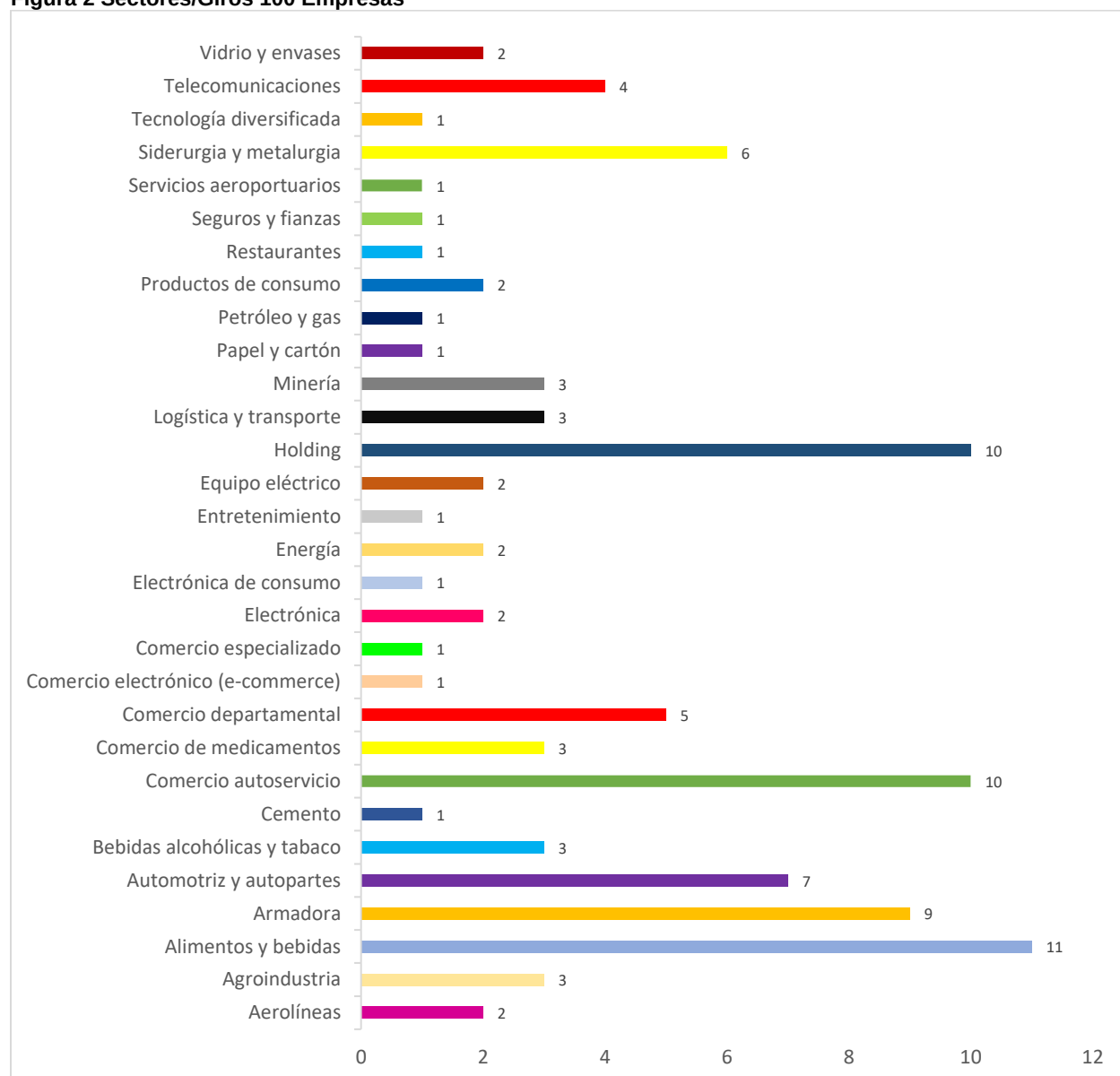
En las 10 empresas más importantes de México de acuerdo a la revista Expansión, 93 hombres están al frente como CEO, mientras solo 6 son mujeres y 1 más, se desconoce

el género. Se realizó la comparativa únicamente desde el puesto de CEO en las empresas, reconocido con el puesto que esta a la cabeza de una organización, toma las decisiones de dirección de la empresa y tiene a cargo de reporte a los demás puestos que la conforman.

2. Sectores/Giros 100 Empresas	
Sector	Total
Aerolíneas	2
Agroindustria	3
Alimentos y bebidas	11
Armadora	9
Automotriz y autopartes	7
Bebidas alcohólicas y tabaco	3
Cemento	1
Comercio autoservicio	10
Comercio de medicamentos	3
Comercio departamental	5
Comercio electrónico (e-commerce)	1
Comercio especializado	1
Electrónica	2
Electrónica de consumo	1
Energía	2
Entretenimiento	1
Equipo eléctrico	2
Holding	10
Logística y transporte	3
Minería	3
Papel y cartón	1
Petróleo y gas	1
Productos de consumo	2
Restaurantes	1
Seguros y fianzas	1
Servicios aeroportuarios	1
Siderurgia y metalurgia	6
Tecnología diversificada	1
Telecomunicaciones	4
Vidrio y envases	2

Tabla 5 Sectores/Giros 100 Empresas

Figura 2 Sectores/Giros 100 Empresas



Fuente: Elaboración propia

Dentro de las 100 empresas más importantes de México se concentran los siguientes sectores/giros a los que están inmersas: 11 en Alimentos y bebidas. 10 en Comercio autoservicio y Holding, 9 en Armadora, 7 en Automotriz y autopartes, 6 en Siderurgia y metalurgia, 5 en Comercio departamental, 4 en Telecomunicaciones, 3 en Agroindustria, 3 en Bebidas alcohólicas y tabaco, 3 en Logística y transporte, 3 en Minería, 2 en Aerolíneas, 2 en Electrónica, 2 en Energía, 2 en Equipo eléctrico, 2 en Productos de Consumo, 2 en Vidrio y envases, 1 en Cemento, 1 en Comercio Electrónico, 1 en

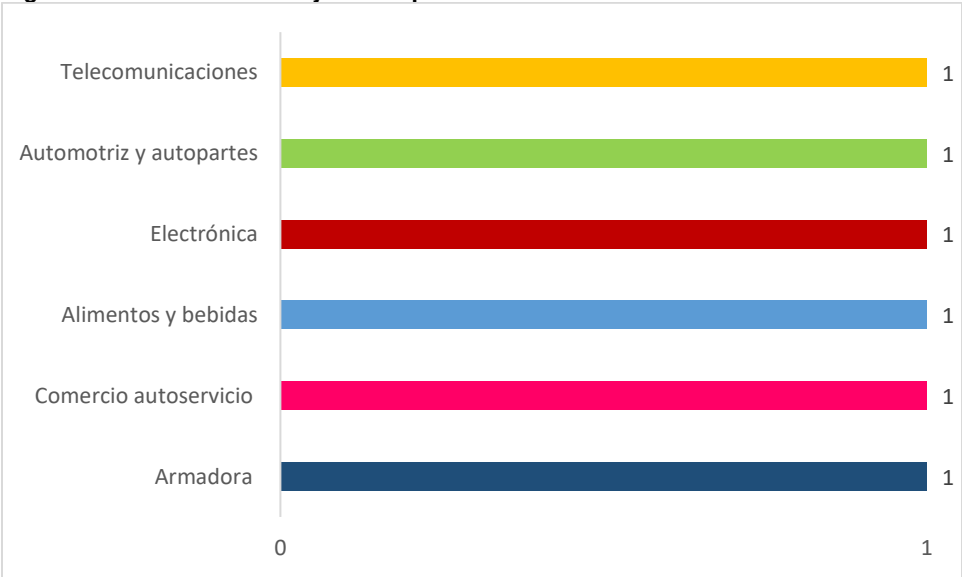
Comercio especializado, 1 en Electrónica de consumo, 1 en Entretenimiento, 1 en Papel y cartón, 1 en Petróleo y gas, 1 en Restaurantes, 1 en Seguros y fianzas, 1 en Servicios aeroportuarios y 1 en Tecnología diversificada.

La mayor parte de empresas en México y que son de las más importantes del país, desempeñan sus actividades en los sectores de Alimentos y bebidas, Comercio y Holding, Armadoras y Automotriz y autopartes.

3. Sectores/Giros Mujeres en puestos de CEO	
Sector	Total
Armadora	1
Comercio autoservicio	1
Alimentos y bebidas	1
Electrónica	1
Automotriz y autopartes	1
Telecomunicaciones	1

Tabla 6Sectores/Giros Mujeres en puestos de CEO

Figura 3 Sectores/Giros Mujeres en puestos de CEO



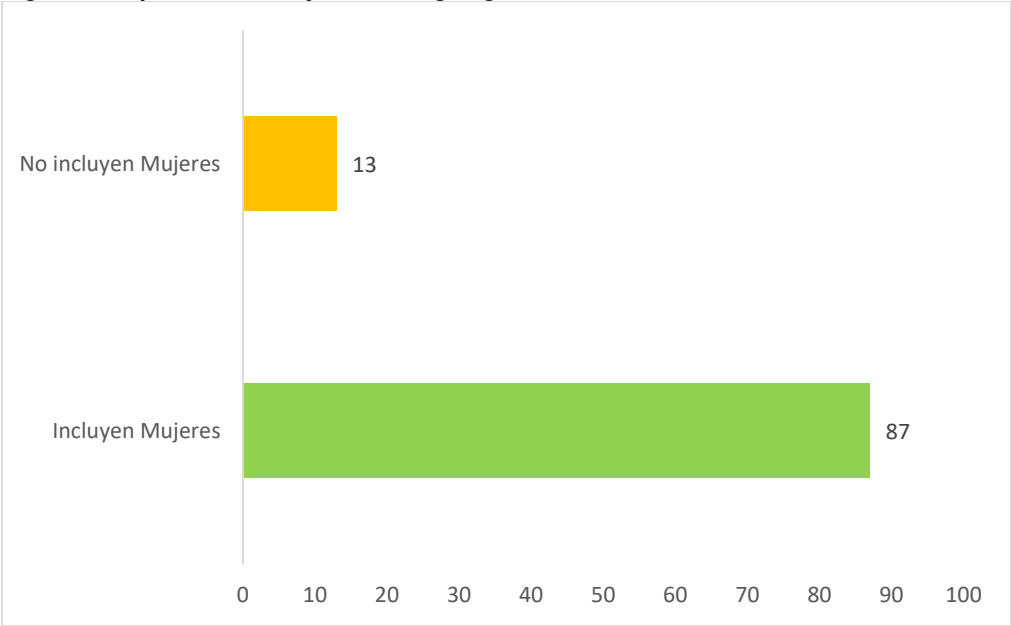
Fuente: Elaboración propia

En las 100 empresas más importantes de México, los sectores en donde se ubican las 6 mujeres que ocupan el puesto de CEO son los siguientes, 1 en Telecomunicaciones, 1 en Automotriz y autopartes, 1 en Electrónica, 1 en Alimentos y bebidas, 1 en Comercio autoservicio y 1 en Armadora.

4. Empresas con Mujeres en Organigrama	
Datos de presencia de mujeres	Total
Incluyen Mujeres	87
No incluyen Mujeres	13

Tabla 7 Empresas con Mujeres en Organigrama

Figura 4 Empresas con Mujeres en Organigrama



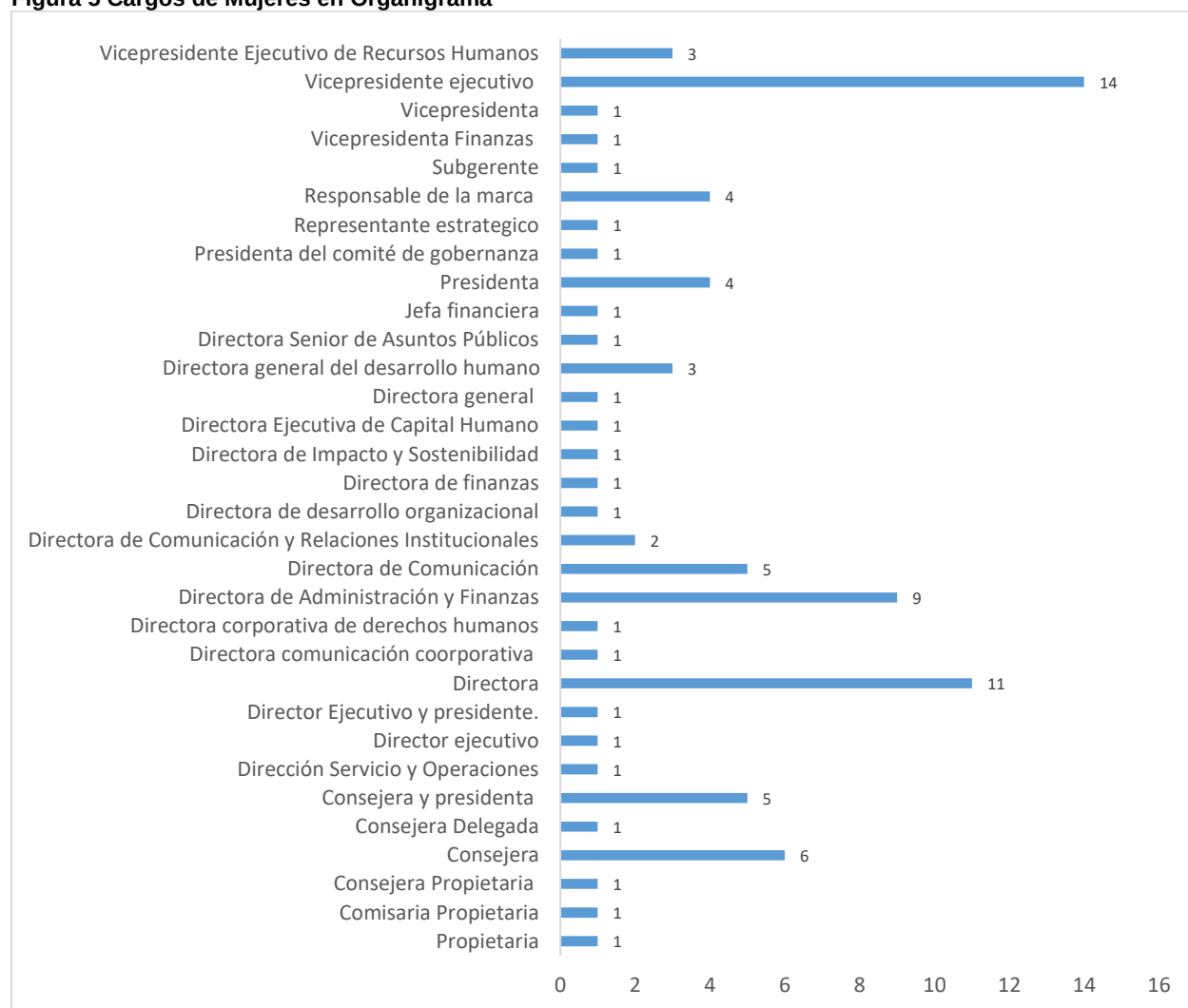
Fuente: Elaboración propia

Además de los puestos de CEO quienes son los que dirigen a las empresas, dentro de las 100 empresas más importantes de México existen puestos dentro del organigrama que ubican la presencia de mujeres en puestos importantes y que están a diferentes niveles dentro de la organización. De este conteo de empresas importantes, en 87 empresas cuentan con el talento de mujeres y 13 no incluyen a mujeres dentro de sus puestos laborales.

5. Puestos de Mujeres en Organigrama	
Puesto	Total
Propietaria	1
Comisaria Propietaria	1
Consejera Propietaria	1
Consejera	6
Consejera delegada	1
Consejera y presidenta	5
Dirección Servicio y Operaciones	1
Director ejecutivo	1
Director Ejecutivo y presidente.	1
Directora	11
Directora comunicación corporativa	1
Directora corporativa de derechos humanos	1
Directora de Administración y Finanzas	9
Directora de Comunicación	5
Directora de Comunicación y Relaciones Institucionales	2
Directora de desarrollo organizacional	1
Directora de finanzas	1
Directora de Impacto y Sostenibilidad	1
Directora Ejecutiva de Capital Humano	1
Directora general	1
Directora general del desarrollo humano	3
Directora Senior de Asuntos Públicos	1
Jefa financiera	1
Presidenta	4
Presidenta del comité de gobernanza	1
Representante estratégico	1
Responsable de la marca	4
Subgerente	1
Vicepresidenta Finanzas	1
Vicepresidenta	1
Vicepresidente ejecutivo	14
Vicepresidente Ejecutivo de Recursos Humanos	3

Tabla 8 Cargos de Mujeres en Organigrama

Figura 5 Cargos de Mujeres en Organigrama



Fuente: Elaboración propia

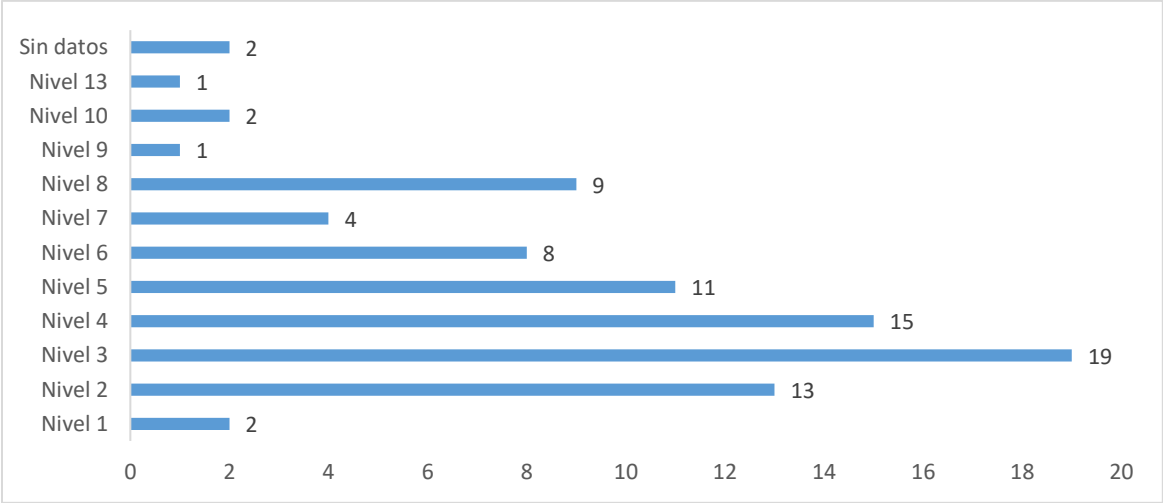
En las empresas más importantes de México existen puestos importantes que son ocupados por mujeres, las 87 mujeres que desempeñan sus tareas tienen los siguientes puestos: 14 son Vicepresidentas ejecutivas, 11 son Directoras, 9 son Directoras de Administración y finanzas, 6 son Consejeras, 5 son Consejeras y presidentas, 5 son Directoras de comunicación, 4 son Presidentas, 4 son Responsables de marca, 3 son Directoras generales del desarrollo humano, 3 son Vicepresidentas Ejecutivas de Recursos Humanos, 2 son Directoras de comunicación y relaciones institucionales, 1 es Propietaria, 1 es Comisaria Propietaria, 1 Consejera Propietaria, 1 es Consejera delegada, 1 es Directora de servicio y operaciones, 1 es Directora ejecutiva, 1 es

Directora ejecutiva y presidente, 1 es Directora de comunicación corporativa, 1 es Directora corporativa de derechos humanos, 1 es Directora de desarrollo organizacional, 1 es Directora de finanzas, 1 es Directora de Impacto y Sostenibilidad, 1 es Directora Ejecutiva de Capital Humano, 1 es Directora general, 1 es Directora Senior de Asuntos Públicos, 1 es Jefa financiera, 1 es Presidenta del comité de gobernanza, 1 es Representante estratégica, 1 es Subgerente, 1 es Vicepresidenta Finanzas y 1 es Vicepresidenta.

6. Niveles Organizacionales de Cargos de Mujeres	
Nivel Organizacional	Total
Nivel 1	2
Nivel 2	13
Nivel 3	19
Nivel 4	15
Nivel 5	11
Nivel 6	8
Nivel 7	4
Nivel 8	9
Nivel 9	1
Nivel 10	2
Nivel 13	1
Sin datos	2

Tabla 9 Niveles Organizacionales de Cargos de Mujeres

Figura 6 Niveles Organizacionales de Cargos de Mujeres



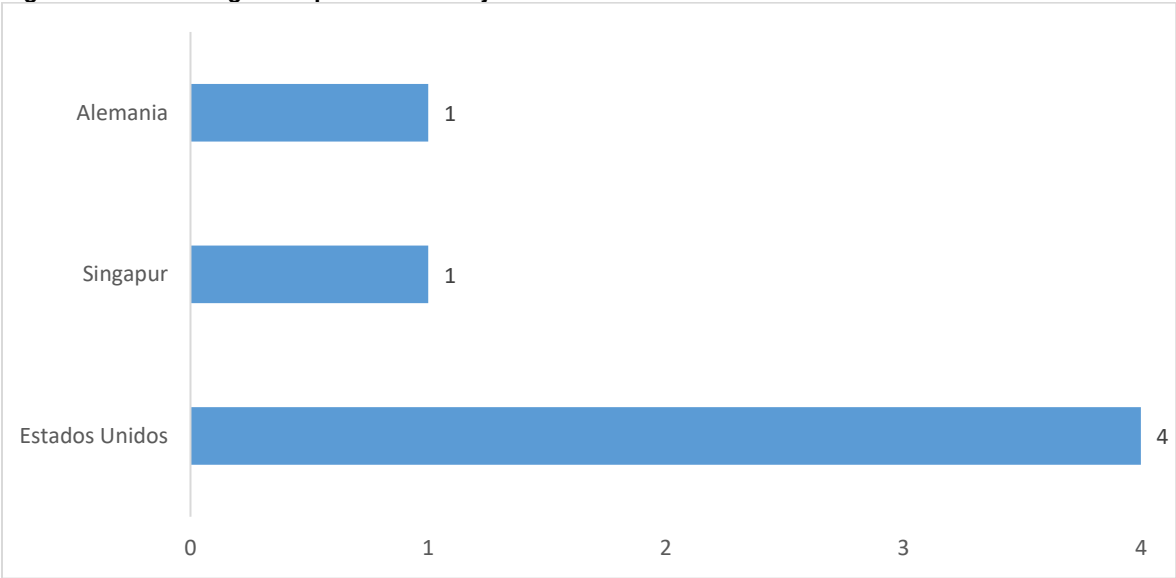
Fuente: Elaboración propia

Las empresas más importantes de México, cuentan con un total de 87 mujeres en puestos dentro de su organigrama, dichos puestos cuentan con un nivel organizacional diferente y se concentran de la siguiente manera: 19 en Nivel 3, 15 en Nivel 4, 13 en Nivel 2, 11 en Nivel 5, 9 en Nivel 8, 8 en Nivel 6, 4 en Nivel 7, 2 en Nivel 1, 2 en Nivel 10, 1 en Nivel 9, 1 en Nivel 13 y 2 Sin datos.

7. País de Origen Empresas con Mujeres en Puestos de CEO	
País	Total
Estados Unidos	4
Singapur	1
Alemania	1

Tabla 10 País de Origen Empresas con Mujeres en Puestos de CEO

Figura 7 País de Origen Empresas con Mujeres en Puestos de CEO



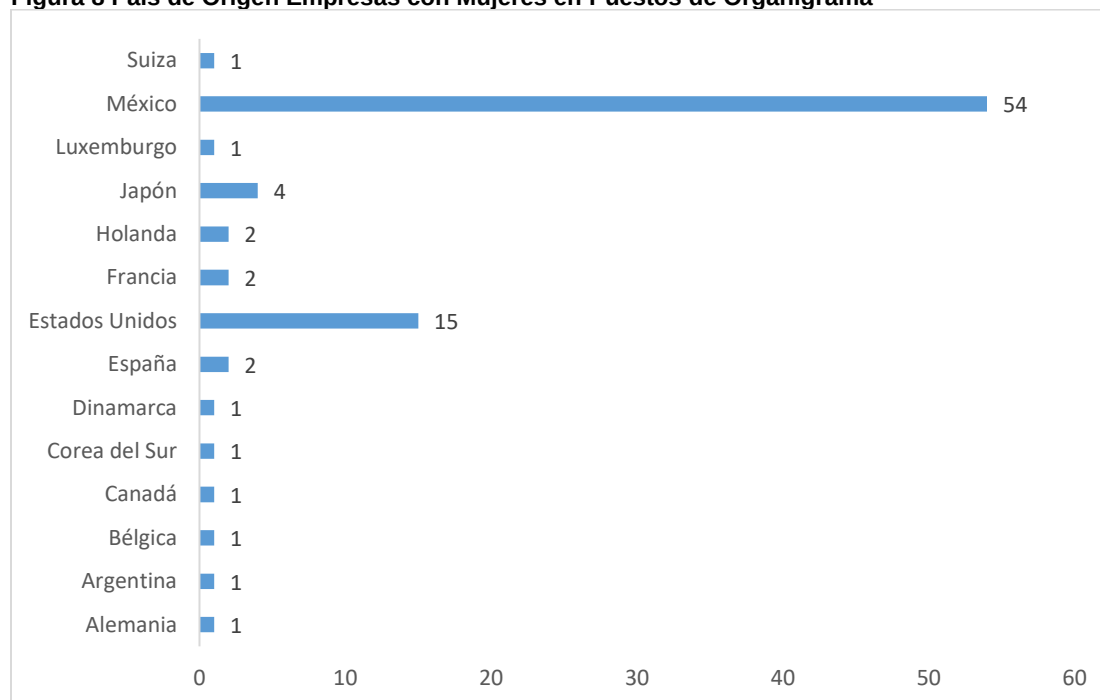
Fuente: Elaboración propia

Dentro de las empresas más importantes de México, se ubican varios países de origen; de las 6 mujeres que estas en puestos de CEO dirigiendo las organizaciones, 1 empresa es de Alemania, 1 de Singapur y 4 de Estados Unidos.

8. País de Origen Empresas con Mujeres en Puestos de Organigrama	
País	Total
Alemania	1
Argentina	1
Bélgica	1
Canadá	1
Corea del Sur	1
Dinamarca	1
España	2
Estados Unidos	15
Francia	2
Holanda	2
Japón	4
Luxemburgo	1
México	54
Suiza	1

Tabla 11 País de Origen Empresas con Mujeres en Puestos de Organigrama

Figura 8 País de Origen Empresas con Mujeres en Puestos de Organigrama



Fuente: Elaboración propia

En México están presentes 87 mujeres en puestos organizacionales que se encuentran dentro de las empresas y los países de origen de estas son los siguientes: 54 empresas de México, 15 empresas de Estados Unidos, 4 empresas de Japón, 2 empresas de España, 2 empresas de Francia, 2 empresas de Holanda, 1 empresas de Alemania, 1 empresa de Argentina, 1 empresa de Bélgica, 1 empresa de Canadá, 1 empresa de Corea del Sur, 1 empresa de Dinamarca, 1 empresa de Luxemburgo y 1 empresa de Suiza.

4.2. Análisis de resultados

En el análisis de las posiciones ocupadas por mujeres, el dato es de 6 mujeres contra 93 hombres que ocupan puestos de CEO en las 100 empresas más importantes de México. Esta cantidad marca la referencia en donde los hombres ocupan en mayoría las posiciones de liderazgo en las organizaciones.

Dentro de las empresas más importantes de México, los sectores o giros más importantes que existen son las siguientes: Alimentos y bebidas, Comercio autoservicio y Holding, Armadora y Automotriz y autopartes. La industria en México tiene diferentes sectores que están presentes en los datos económicos y participan activamente en las oportunidades de empleo para la sociedad en general.

De tales empresas, solo 6 mujeres ocupan cargos de CEO y los sectores que les brindan esta posición son los siguientes: Armadora, Comercio autoservicio, Alimentos y bebidas, Electrónica, Automotriz y autopartes y Telecomunicaciones. En cada uno de los sectores mencionados existe una mujer en la posición de CEO.

Si bien, la mayoría de los puestos de CEO están ocupados por hombres, en los niveles organizacionales de las empresas que componen las 100 más importantes de país, existen 87 compañías que si tienen entre sus lideres a mujeres, mientras que en 13 compañías, estos cargos son ocupados únicamente por hombres.

Las 87 mujeres que están presentes en las empresas cuentan con mayoría en los siguientes puestos: Vicepresidentas ejecutivas, Directoras, Directoras de Administración y Finanzas y Consejeras. Los niveles que ocupan con mayor recurrencia dentro del organigrama de una empresa son los siguientes: Nivel 3. Nivel 4, Nivel 2 y Nivel 5.

Las 6 mujeres que ocupan el cargo de CEO dentro de las empresas, desempeñan las actividades en las que tienen origen en Estados Unidos, Singapur y Alemania. Mostrando cero participaciones dentro de empresas nacionales que cuenten con mujeres en estas posiciones de liderazgo.

En cuanto a las 87 empresas que ofrecen una posición dentro de organigrama, los países que ofrecen más oportunidades dentro de esas 100 empresas en el país son México y Estados Unidos.

CONCLUSIONES

Se realizó la investigación de las 100 empresas más importantes de México, obteniendo los datos de la investigación de la Revista Expansión del año 2023. Esta revisión consistió en identificar las empresas, los sectores y/o giros de las empresas, la ocupación por género de puestos de CEO y puestos en el organigrama, los niveles a los que pertenecían estos puestos y los países a los que pertenecen estas empresas.

Dentro de esas 100 empresas, el dato más relevante en cuanto a la ocupación por género, fue el más relevante, ya que mientras 93 posiciones de CEO son ocupadas por hombres, solo 6 de las 100 posiciones, son ocupadas por mujeres. Considerando el análisis desde una perspectiva de género puede notarse la poca participación del género femenino en puestos como el de CEO, definido este como la posición más importante dentro del organigrama de una empresa por la toma de decisiones, con amplia representación y como el nivel jerárquico más alto al que puede accederse dentro de una compañía.

Los sectores más importantes en donde las mujeres son CEO son del giro de Armadoras, Comercio autoservicio, Alimentos y bebidas, Electrónica, Automotriz y autopartes y Telecomunicaciones. Al analizar las empresas si representan marcas reconocidas, pero se ubican después de las primeras 10 más importantes del país. Considerando el éxito que se tiene en México pueden mejorarse esas posiciones y abrirse paso en las primeras empresas mencionadas. Pese a ello, estar dentro de las 100 empresas más importantes de México y aun siendo solo 6 mujeres, esta posibilidad es digna de reconocerse pues el puesto que ocupan siendo CEO, es una característica importante que refleja la capacidad que tienen, el nivel de responsabilidad y las tareas que pueden conseguir cuando se llega a la dirección de una empresa.

Los países que tienen a una mujer como CEO de una empresa son Estados Unidos, Singapur y Alemania; en el estudio de la Revista Expansión, 59 empresas de un total de 100 provienen de México, es de relevancia hacer notar que, aun siendo la mayoría de este país, ninguna tiene en su puesto de CEO a una mujer. Al tratarse de un estudio más bien de análisis de contenido, se tiene la limitante de revisar cuales son las dificultades a las que se enfrentan las mujeres para ser consideradas en estas posiciones dentro de su país, pero manteniéndonos en los promedios numéricos, la cantidad es preocupante y se sugiere que esta diferencia es por la desigualdad de oportunidades que caracterizan la cultura dentro de nuestro país.

A pesar de ello, dentro de los organigramas de las 100 empresas más importantes de México se destaca la presencia de 87 mujeres en algún nivel de la organización, los niveles mas comunes en el estudio y los puestos, son en buena cantidad importantes para ser asumidos por mujeres. Esto demuestra que aun que no estén dentro del nivel jerárquico mas alto, cuentan ya con su papel de toma de decisiones dentro de las organizaciones y por ello, el cambio de permitir que se integren a los puestos de autoridad y toma de decisiones esta en desarrollo dentro de México.

Analizando los resultados encontrados posterior al análisis de datos, puede considerarse que esta desigualdad en las oportunidades laborales de las mujeres puede tener origen

al entorno social; México es uno de los países en donde aún prevalece esta carencia de oportunidades a las mujeres, ha sido difícil que la mujer se integre a puestos laborales de niveles jerárquicos y posterior que pueda obtener las mismas oportunidades de posiciones y de remuneración.

Las posiciones de toma de decisiones y que suponen autoridad dentro de las empresas han sido ocupados por hombres, quizá el hecho que haya mujeres CEO en empresas donde el origen es distinto a México, nos brinda el dato en donde reconocemos que, en otros países, sobre todo los desarrollados, la falta de oportunidades hacía las mujeres empieza a aminorarse y con ello, se abren las oportunidades importantes y se contribuye a la igualdad de género en ambientes laborales.

Hace sentido hablar del techo de cristal y las barreras invisibles que esto conlleva, de nuevo no este concentrado de manera explícita por ninguna organización el tema de la disponibilidad de posiciones en donde las mujeres puedan desempeñarse, pero pese a ello, los obstáculos que se tienen en la actualidad fomentan la discriminación contra las mujeres y cuando se obtienen, cuentan con remuneraciones diferentes a las que tienen los hombres.

Cuando se revisan los datos de las mujeres presentes en las 87 posiciones del organigrama de las empresas más importantes de México, se puede notar que paulatinamente están ingresando a posiciones que les pueden sumar en un desarrollo laboral y con ello tener la preparación necesaria para conseguir posiciones de autoridad. Esta vía puede aminorar la presencia de los techos de cristal en las organizaciones, al tener el talento adecuado, sin importar que sean mujeres, se pueden abrir las oportunidades que potencien la presencia del género y con ello, las delicadas líneas de las mujeres dentro de las empresas, puedan cambiar en un tiempo considerable y para las futuras candidatas que se integren a esta actividad.

RECOMENDACIONES

Las mujeres dentro del entorno laboral en México, no reciben el mismo acceso a formación ejecutiva y oportunidades de desarrollo dentro de las empresas como lo es el caso contrario de los hombres dentro de las empresas, situación que contribuye a la poca representación del género en los altos mandos de los organigramas.

Pueden sugerirse algunos programas dentro de las empresas en donde se pueden implementar análisis de género para garantizar una representación femenina adecuada en niveles de alta dirección. Esto ayudará a romper el techo de cristal al establecer una política que impulse la inclusión de mujeres en posiciones gerenciales. Dentro de estos programas, incluir políticas flexibles, como horarios de trabajo ajustados u opciones de trabajo remoto, para facilitar la participación de las mujeres en puestos de liderazgo podrían fomentar la participación del género femenino en los puestos de niveles superiores dentro el entorno organizacional.

Seguirá siendo una tarea importante, esa reducción de la desigualdad entre hombres y mujeres que los coloque en posiciones diferentes cuando se trata de oportunidades laborales, y que además se garantice minimizar la brecha salarial tan característica en las posiciones de las empresas.

Para superar las barreras del techo de cristal en México, es necesario implementar una combinación de políticas proactivas, desarrollo profesional, y cambios culturales en las empresas. Al abordar estos desafíos, las empresas pueden contribuir al avance hacia una mayor equidad de género y asegurar que las mujeres tengan las mismas oportunidades de desarrollo y liderazgo.

REFERENCIAS

- Andréu Abela, J. (2002). Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada. *Revista de Sociología*, 1-34.
- Caliz, V. (29 de 07 de 2021). Obtenido de <https://creditoreal.com.mx/las-mujeres-en-la-economia-mexicana/#:~:text=La%20mujer%20en%20la%20econom%C3%ADa,el%2065.2%25%20del%20PIB%20nacional>.
- Díaz Dumont, J. R., & Ledezma Cuadros, M. J. (12 de 06 de 2021). *Revista Venezolana*. Obtenido de <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/37525/41120#:~:text=La%20mujer%20a%20lo%20largo,presencia%20y%20aporte%20fue%20invisibilizado>.
- Dumont, D. (2022). Obtenido de <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/37525/41120#:~:text=La%20mujer%20a%20lo%20largo,presencia%20y%20aporte%20fue%20invisibilizado>.
- Escobar Jiménez, C. (2022). Paridad de Género entre las autoridades del sistema de educación superior ecuatoriano. *Íconos Revista de Ciencias Sociales*, págs. 139-158.
- Escudero, A. (2009). *La revolución industrial: Una nueva era*. Grupo Anaya.
- Expansión. (Junio de 2023). *Expansión*. Obtenido de <https://expansion.mx/revista-digital-junio-2023>
- Gaete Quezada, R. (2018). Acceso de las mujeres a los cargos directivos: universidades con techo de cristal. *Revista CS*, págs. 67-90.
- Gaete-Quezada, R. (2015). El techo de cristal en las universidades estatales chienas. Un análisis exploratorio. *Revista Iberoamericana de Educación Superior*, 3-20.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.
- Llanos Zuloaga, M. (2021). *Liderazgo femenino en situaciones de emergencia. Pandemia Covid 19 en Perú*. Peru: Avances en Psicología.
- López Noguero, F. (04 de 2002). El análisis de contenido. , *Revista de Educación*, págs. 167-179. Obtenido de <https://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/1912/b15150434.pdf>
- Marañón , F., Muñoz, C., & Barrientos, R. (2022). Los estereotipos de género en las campañas electorales de 2018 8 en México. Análisis de la representación de la Mujer en los sports electorales. *Revista de Comunicación*, 207-221.
- Marrugo Salas, L. (2016). El acceso de al mujer a cargos de toma de decisiones en las empresas colombianas que cotizan en bolsa. *Entramado*, 108-120.
- Nash, M. (1983). *Mujer, familia y trabajo en España*. España: Antropos Editorial.
- Neira Piñeiro, M. d., Moral Pérez, M. E., & Villalustre, L. (2021). Female Leadership Represented in Animation for Children and the Sociocognitive Learning of 21 st-Centrury Girls. *International Journal of Communication*, 605–624.

- Sanz Simon, C., Sonlleve Velasco, M., & Maroto Saez, A. (2020). La educación femenina en la Guerra Civil española. Un análisis desde las voces de la infancia de clase popular. *Revista Educación, Política y Sociedad*, 39-59.
- Scott, J. (1993). *La mujer trabajadora en el siglo XIX. Historia de las mujeres*. London: Peter Burke.
- Vania, C. (27 de Junio de 2021). *Revista escuela administracion de negocios* . Obtenido de <https://creditoreal.com.mx/las-mujeres-en-la-economia-mexicana/#:~:text=La%20mujer%20en%20la%20econom%C3%ADa,el%2065.2%25%20del%20PIB%20nacional>.

ANEXOS

	Empresa	Sector	CEO	Sexo	País de Origen	Tamaño de empresa	Organigrama	Posición
1	América Móvil	Telecomunicaciones	Daniel Hajj	H	México	Grande	Directora	6to nivel
2	Walmart de México	Comercio autoservicio	Guilherme Loureiro	H	Estados Unidos	Grande	Consejera y presidenta	1er nivel
3	FEMSA	Holding	José Antonio Fernández Carbajal	H	México	Grande	-	-
4	General Motors de México	Armadora	Paco Garza	H	Estados Unidos	Grande	Vicepresidenta ejecutiva	3er nivel
5	Grupo Bimbo	Alimentos y bebidas	Daniel Servitje	H	México	Grande	Consejera propietarios	13° nivel
6	Alfa	Holding	Francisco Javier Fernández Carbajal	H	México	Grande	-	-
7	Arca Continental	Alimentos y bebidas	Arturo Gutierrez Hernandez	H	México	Grande	Directora Ejecutiva de Capital Humano	6to nivel
8	Volkswagen de México	Armadora	Steffen Reiche	H	Alemania	Grande	-	-
9	Cemex	Cemento	Fernando Gonzalez Olivieri	H	México	Grande	Vicepresidenta ejecutiva	10° nivel
10	Stellantis México	Armadora	Carlos Zarlenga	H	Holanda	Grande	Responsable de la marca	5to nivel
11	Nissan Mexicana	Armadora	Guy Rodríguez	H	Japón	Grande	Directora comunicación corporativa	10° nivel
12	Grupo México	Holding	Germán Larrea Mota Velasco	H	México	Grande	Directora de Comunicación y Relaciones Institucionales	3er nivel
13	Grupo BAL	Holding	Alejandro Díaz de León	H	México	Grande	Dirección Servicio y Operaciones	3er nivel
14	Grupo Comercial Chedraui	Comercio autoservicio	Antonio y Alfredo Chedraui Obeso	H	México	Grande	Consejera	8° nivel
15	Ford de México	Armadora	Luz Elena del Castillo	M	Estados Unidos	Grande	-	1° nivel
16	Grupo Coppel	Comercio departamental	Agustín Coppel	H	México	Grande	Comisaria Propietaria	8° nivel
17	FEMSA Comercio (Oxxo)	Comercio autoservicio	Carlos Arenas Cadena	H	México	Grande	Subgerente	Nivel 2
18	Coca-Cola FEMSA	Alimentos y bebidas	Ian Craig García	H	México	Grande	Vicepresidente	Nivel 4
19	Grupo Salinas	Holding	Pedro Padilla	H	México	Grande	Directora general del desarrollo humano	Nivel 5
20	Americas Mining Corporation	Minería	Gonzalez Rocha	H	México	Grande	Directora de Administración y Finanzas	Nivel 4
23	El Puerto de Liverpool	Comercio departamental	Graciano Guichard González	H	México	Grande	Consejera	Nivel 4
24	Organización Soriana	Comercio autoservicio	Ricardo Martín Bringas	H	México	Grande	-	-
26	Sigma Alimentos	Alimentos y bebidas	Rodrigo Fernández	H	México	Grande	Vicepresidente ejecutivo	Nivel 8
29	Gruma	Alimentos y bebidas	Mark Mondello	H	México	Grande	Responsable de la marca	Nivel 6
30	Industrias Peñoles	Minería	Sergio Fernando Alanís Ortega	H	México	Grande	Consejera	Nivel 2
32	Grupo Xignux	Holding	Juan Ignacio Garza Herrera	H	México	Grande	Directora de Comunicación	Nivel 4
35	Industrias Bachoco	Agroindustria	Rodolfo Ramos Arvizu	H	México	Grande	Responsable de la marca	Nivel 8
36	Corporativo Fragua	Comercio de medicamentos	Javier Arroyo Chávez	H	México	Grande	Vicepresidente ejecutivo	Nivel 3
37	Cinépolis	Entretenimiento	Alejandro Ramírez Magaña	H	México	Grande	Consejera y presidenta	Nivel 3
38	Nemak	Automotriz y autopartes	Armando Tamez Martínez	H	México	Grande	Directora de Comunicación y Relaciones Institucionales	Nivel 4
39	Grupo Lala	Alimentos y bebidas	Arquimedes Adriano Celis Ordaz	H	México	Grande	Consejera	Nivel 6
40	Mabe	Electrónica de consumo	José Luis Berrondo Ávalos	H	México	Grande	Directora de Administración y Finanzas	Nivel 4
45	Grupo Villacero	Siderurgia y metalurgia	Ramiro Lozano Cantu	H	México	Grande	Consejera	Nivel 2
46	Grupo Aeroméxico	Aerolíneas	Andrés Conesa Labastida	H	México	Grande	Vicepresidente Ejecutivo de Recursos Humanos	Nivel 5
47	Grupo Televisa	Holding	EMILIO AZCÁRRAGA JEAN	H	México	Grande	Directora de Comunicación	Nivel 3
48	FEMSA División Salud	Comercio de medicamentos	Daniel Belaúnde Arnillas	H	México	Grande	Vicepresidente ejecutivo	Nivel 5
50	SuKame	Agroindustria	Jesus Vizcarra Calderón	H	México	Grande	Vicepresidente Ejecutivo de Recursos Humanos	Nivel 4
51	Tiendas Elektra	Comercio departamental	Fabrice Jack Deceliere Márquez	H	México	Grande	Consejera y presidenta	Nivel 3
54	Alsea	Restaurantes	Fabián Gerardo Gosselin Castro	H	México	Grande	Directora de Comunicación	Nivel 3
55	Grupo Empresarial Ángeles	Holding	Olegario Vazquez A	H	México	Grande	Directora de Administración y Finanzas	Nivel 4
56	Grupo Desc	Holding	Alejandro de la Barreda Gómez	H	México	Grande	Vicepresidente Ejecutivo de Recursos Humanos	Nivel 2
58	DeAcero	Siderurgia y metalurgia	Raúl Gutiérrez	H	México	Grande	Consejera y presidenta	Nivel 4
59	Grupo Sanborns	Comercio departamental	Patrick Slim Domit	H	México	Grande	Directora de Comunicación	Nivel 3
62	Industrias CH	Siderurgia y metalurgia	Sergio Vigil González	H	México	Grande	Vicepresidente ejecutivo	Nivel 5
63	Grupo Envases Universales	Vidrio y envases	Brian Nielsen	H	México	Grande	Directora de Administración y Finanzas	Nivel 8

	Empresa	Sector	CEO	Sexo	País de Origen	Tamaño de empresa	Organigrama	Posición
64	Grupo Proeza	Holding	ENRIQUE ZAMBRANO	H	México	Grande	Directora de Administración y Finanzas	Nivel 9
68	Volaris	Aerolíneas	Enrique Javier Beltrán Mejicano	H	México	Grande	Vicepresidente ejecutivo	Nivel 5
69	Grupo Simec	Siderurgia y metalurgia	Luis García Limón	H	México	Grande	Directora de Administración y Finanzas	Nivel 7
70	Farmacias del Ahorro	Comercio de medicamentos	Antonio Leonardo Castañón	H	México	Grande	Directora general del desarrollo humano	Nivel 8
71	Grupo México División Transportes	Logística y transporte	Fernando López Guerra Larrea	H	México	Grande	Directora	Nivel 4
72	Aeropuertos y Servicios Auxiliares	Servicios aeroportuarios	Javier Villazón Salem	H	México	Grande	Vicepresidente ejecutivo	Nivel 5
74	Bio PAPPEL	Papel y cartón	-	-	México	Grande	Director ejecutivo	Sin datos
76	Casa Ley	Comercio autoservicio	Juan Manuel Ley Bastidas	H	México	Grande	Presidenta	Nivel 3
77	FEMSA Combustibles	Petróleo y gas	Carlos Arenas Cadena	H	México	Grande	Jefa financiera	Nivel 3
80	Viakable	Equipo eléctrico	David Garza	H	México	Grande	-	-
82	Grupo Condumex	Equipo eléctrico	Josué Ramírez García	H	México	Grande	Representante estratégico	Nivel 3
84	Fresnillo PLC	Minería	Octavio Alvidrez	H	México	Grande	Directora	Nivel 6
85	Televisa Telecomunicaciones	Telecomunicaciones	Emilio Azcárraga Jean	H	México	Grande	-	-
87	Altos Hornos de México	Siderurgia y metalurgia	Luis Enrique Zamudio Miechielsen	H	México	Grande	Directora	Nivel 3
88	Vitro	Vidrio y envases	Adrian Sada Cueva	H	México	Grande	Directora	Nivel 6
92	Jose Cuervo	Bebidas alcohólicas y tabaco	Juan Domingo Beckman	H	México	Grande	Presidenta	Nivel 2
95	Totalplay	Telecomunicaciones	Eduardo Kuri Romo	H	México	Grande	Presidenta	Nivel 2
98	La Comer	Comercio autoservicio	Carlos Gonzales Savalegui	H	México	Grande	Propietaria	Nivel 1
99	Tiendas Tres B	Comercio autoservicio	Antonio Hatoum	H	México	Grande	Directora	Nivel 4
100	Grupo Herdez	Alimentos y bebidas	Héctor Hernández-Pons Torres	H	México	Grande	Directora	Nivel 3

Tabla 12 Análisis 100 Empresas más importantes de México

Fuente: (Expansión, 2023)