

**NUMERO: 53**

**FECHA: Marzo-Abril 1993**

**TITULO DE LA REVISTA: Mujeres**

**INDICE ANALITICO: La Mujer Empresaria**

**AUTOR: Gina Zabludovsky [\*\*]**

**TITULO: Hacia un Perfil de la Mujer Empresaria en México [\*]**

**ABSTRACT:**

El estudio de las mujeres empresarias en México presenta grandes retos. El primero de ellos es el de que, en la medida en que se trata de un tema que prácticamente no ha sido estudiado en nuestro país -ni los grupos académicos de investigación sobre empresarios ni los que se dedican a los estudios de la mujer lo han abordado- nos encontramos con la virtual inexistencia de bibliografía sobre el mismo.

**TEXTO:**

El segundo reto que vale la pena mencionar y que a su vez explica en parte la situación descrita es la de la aparente ausencia de las empresarias mexicanas en la vida pública. En años recientes podemos detectar la presencia de mujeres en los cargos públicos y puestos de elección popular (gobernadoras, diputadas, senadoras, secretarías y subsecretarías de Estado), en los movimientos urbanos, en el sector laboral, etc. pero no es fácil identificar la participación de la mujer en la vida empresarial.

Con base en una revisión somera de la información proporcionada por las principales agrupaciones patronales del país, se pudo percibir que, en lo referente a la actividad industrial, el único cargo ocupado por una mujer dentro de las cámaras que integran la CONCAMIN es el de la presidencia de una agrupación que está vinculada estrechamente con actividades tradicionalmente consideradas femeninas como lo es la de la Cámara de la Industria del Embellecimiento Físico.

En el sector comercial, encontramos que, de las 616 Cámaras regionales de comercio, servicios y turismo que en la actualidad se integran a la CONCANACO sólo cinco están presididas por mujeres. [1] Es decir, los cargos de representatividad ocupados por mujeres en esta confederación nacional no llegan a ser ni siquiera el uno por ciento. Lo anterior adquiere mayor relevancia si se toma en cuenta el número excepcionalmente alto de empresarias en estos sectores. Con base a los datos del Censo Nacional de Población y Vivienda de 1990, podemos darnos cuenta que las mujeres constituyen el 23.09% del total del empresariado que en nuestro país se dedican al comercio, los servicios y el turismo (Cuadro 1).

Cuadro 1. Distribución de Empresarios en la República Mexicana en las Areas de Comercio y Servicio por Sexo en 1990[H-]

Las razones de esta subrepresentación de las mujeres en los puestos directivos de las principales cámaras y confederaciones empresariales del país son múltiples y rebasan los objetivos del presente estudio. [2]

Sin embargo, también hay que tomar en cuenta que existen otro tipo de asociaciones minoritarias y marginales que agrupan -aunque todavía no de forma significativa a las mujeres empresarias en México. A través de las facilidades proporcionadas por las mismas realizamos un estudio piloto basado fundamentalmente en entrevistas y cuestionarios que permiten obtener información sobre el perfil de las mujeres que en nuestro país se dedican a las actividades empresariales.

La información que a continuación analizamos se obtuvo de un cuestionario que se aplicó a través de la Asociación Mexicana de Mujeres de Empresa -AMMJE- [3] que en febrero de 1991 llevó a cabo el Primer Congreso de Mujeres Jefas de Empresa en la ciudad de Guadalajara, Jalisco. De un total de 137 cuestionarios contestados, 110 se levantaron en esta ocasión y los 27 restantes en un desayuno que se llevó a cabo un mes después en la ciudad de México con el objetivo de informar sobre el Congreso a las asociadas de la capital que no pudieron asistir.

Al respecto es importante aclarar que, a pesar de que el cuestionario se llevó a cabo a través de esta asociación, la participación en el Congreso no se limitó a los miembros activos de la misma sino que respondió a una convocatoria abierta a nivel nacional. En el momento de levantar el cuestionario la mayoría de las entrevistadas (58%) no pertenecía a AMMJE, circunstancia que repercutió favorablemente en la mayor cobertura de nuestra muestra que, aunque no llega a ser representativa del empresariado femenino, como se verá más adelante, ésta no estuvo limitada únicamente a las mujeres empresarias que son miembros de la agrupación.

Como es lógico suponer, hay una alta proporción de entrevistadas cuyo lugar de residencia y localización de su empresa se concentran en los estados donde se levantó el cuestionario, además de que seguramente existe una selectividad entre las mujeres que tienen mayor acceso a la comunicación social. Sin embargo, también tuvimos la oportunidad de captar información sobre algunas empresarias de distintos lugares de la República, con resultados interesantes.

De las mujeres entrevistadas, 43 (31.4%) tenían sus empresas en el D.F; 41 (29.9%) en Jalisco; 7 (8.8%) en Sinaloa; 5 (3.6%) en el Estado de México; 5 en Nuevo León y 3 en Colima. Hubo dos empresarias por cada uno de los siguientes estados: Oaxaca, Quintana Roo, Sonora, Puebla y Querétaro. Con una empresaria por estado se obtuvo información de Michoacán, Chiapas, Guanajuato y Querétaro. También contestaron el cuestionario dos mujeres mexicanas que son propietarias de empresas en el estado de California en Estados Unidos.

Del total de empresarias entrevistadas, 13 señalaron tener empresas o sucursales de las mismas en varios lugares de la república. De entre ellas, 6 tienen una segunda empresa en

el D.F.; 2 en Jalisco; 2 en el Estado de México; 1 en Colima; 1 en Guanajuato y una en Querétaro.

Asimismo, hubo cuatro casos de empresarias que mencionaron una tercera empresa o una sucursal en un tercer estado, 2 de ellas en Veracruz y 2 en Nuevo León.

En 1992, con motivo del Segundo Congreso de Mujeres Empresarias que se llevó a cabo en la ciudad de México, se levantó un segundo cuestionario que lograra complementar y hacer un seguimiento de algunos de los resultados obtenidos en el anterior. En esta ocasión la muestra fue más reducida (66 casos) y se entrevistaron a empresarias del Distrito Federal, Jalisco, el estado de México, Sonora, Michoacán y Veracruz. [4]

A continuación damos a conocer una parte de la información obtenida esperando que ésta pueda ser útil para empezar a estudiar la creciente importancia de la mujer en distintos sectores de la actividad empresarial del país. Los datos se basan en las respuestas obtenidas en 1991 -las contestaciones al cuestionario de 1992 sólo se incluyen haciendo referencia explícita a él al tratar algunos problemas específicos.

#### Edad y escolaridad

La mayoría de las mujeres que contestaron el cuestionario tenían entre 25 y 60 años de edad. Únicamente el 3.6 % tenía menos de 25 años y el 3.6% tenía más de sesenta años. El 45% tenía entre 25 y 40 años de edad y el 46% entre 41 y 60 años lo que sugiere que no hay diferencias generacionales de las mujeres empresarias sino que es una distribución acorde con la edad productiva a partir de los 25 años.

Estos datos contrastan de manera significativa con los de la población femenina económicamente activa en el país. Si tomamos por ejemplo los datos del Censo Nacional de Población y Vivienda para el Distrito Federal -entidad que junto con Jalisco es donde tuvimos un mayor número de empresarias entrevistadas- nos encontramos con que el porcentaje de las mujeres trabajadoras menores de 25 años asciende hasta un 28.6% [5] y la participación de las mujeres que tienen entre 40 y 59 años sólo es del 22.3%. [6]

Esta diferencia entre la edad productiva de las empresarias y la de otras mujeres trabajadoras podría tener parte de su explicación en la necesaria experiencia que las mujeres entrevistadas tienen que haber adquirido antes de incorporarse a la actividad empresarial independiente por lo cual posiblemente no puedan hacerlo a una edad temprana.

Otro factor importante de tomar en cuenta es su situación socioeconómica relativamente privilegiada [7] que les permite no trabajar durante sus años de juventud durante los cuales se dedican fundamentalmente a estudiar. Los datos mostraron que la mayoría de las entrevistadas continúan estudiando hasta los 25 años y sólo trabajan en la empresa posteriormente.

Entre las entrevistadas, un 54.3% contestó haber cursado estudios de licenciatura o incluso superiores (posgrados, especializaciones, etc). Un 17% cursó carreras técnicas y comerciales o estudios relacionados con contaduría, administración y áreas afines, etc. Un 15% acabó únicamente preparatoria y un 6.7% llegó hasta la secundaria.

Los datos sugieren un alto nivel de preparación ya que sólo un 3.7% estudió únicamente la primaria. Sin embargo, en virtud de la gran importancia que las mujeres empresarias le dan a la educación (y que se constató en las respuestas a las preguntas que más adelante hicimos sobre los problemas nacionales) es muy probable que los resultados estén sesgados ya que como la educación se relaciona con el prestigio social, muchas de ellas no declaran los estudios reales sino más elevados.

### Familia y empresa

Casi la mitad de las mujeres (48.1%) son casadas. [9] El 20% son solteras, el 11.8% son viudas y el 17.6% son divorciadas. Si tomamos en cuenta que el 92% de las mujeres están en la edad donde más frecuentemente se está casada (de 25 a 60 años de edad), el cuestionario muestra un alto porcentaje de mujeres no unidas (viudas, divorciadas y solteras), de hecho el 49.4% de las mujeres entran dentro de esta categoría.

Estos datos cobran una mayor relevancia si se les compara con la información de los censos nacionales. Si tomamos en cuenta, por ejemplo, los datos de 1990 sobre la población femenina mayor de 25 años en el Distrito Federal nos encontramos que el porcentaje de mujeres unidas es de 68.57 [10] (lo que implica una diferencia de 20 puntos porcentuales por arriba de las mujeres empresarias).

Lo anterior sugiere que las mujeres entrevistadas conforman un grupo "selecto" en cuanto a varias variables. En relación al estado civil, las respuestas obtenidas sugieren varias hipótesis:

a) Que gran parte de las mujeres se introducen en la empresa como una necesidad para mantenerse a sí mismas y a su familia ya que son viudas, divorciadas o solteras.

b) Que la entrega que demanda de la empresa y también (si la empresa es exitosa), la diferencia de ingresos con respecto a su pareja- llevan a estas mujeres a la separación o al divorcio.

c) Que la actividad de la empresa es tan absorbente que les impide tener el suficiente "tiempo libre" para el proceso de conocimiento de la pareja que se da previo al matrimonio y por lo tanto hay muchas mujeres solteras.

En cuanto al número de hijos, casi la mitad de las mujeres (49.6%) tienen hasta tres hijos, 23% tienen más de tres hijos y un 26.7% no tienen hijos.

Con respecto a la edad del hijo mayor, el 10% de las mujeres tienen un hijo mayor que tiene entre 1 año y 10 años, el 18.2% de las mujeres tienen hijos mayores entre 11 y 18 años de edad y un 43.6% tienen hijos mayores arriba de 18 años. [11] El alto porcentaje de hijos que ya están en la edad adulta resulta significativo para nuestro estudio ya que, como veremos más adelante muchos de ellos ingresan a trabajar ocupando cargos de confianza en la empresa de la madre.

En lo que respecta a la mujeres que tienen hijos menores de edad, el 11% tienen un hijo menor de 5 años, el 18.2% de las mujeres tienen hijos en edad de cursar la primaria (de 6 a 12 años de edad), el 19,9 % de las mujeres tienen hijos menores adolescentes que están en secundaria o preparatoria (de 13 a 18 años) y el 28.5% de las mujeres tienen hijos mayores de 18 años. [12] Como era lógico suponer, el menor porcentaje de mujeres empresarias se encuentra entre las que tienen niños menores de cinco años, lo que puede deberse a un retiro de la mujer de su actividad productiva durante esta etapa en la que le tiene que dedicar más tiempo a la maternidad. El 38.1% de las mujeres tienen hijos menores en edad escolar (primaria, secundaria y preparatoria). Esto se explica, desde luego, por las propias edades de las mujeres -en términos demográficos se trata de una población que no es joven.

#### Sector y tamaño de la empresa

Como lo muestra el Cuadro 2, en lo que respecta al área y actividad de la empresa, el 27% de las mujeres tienen empresas del sector comercial y el 27% en el sector servicios. Si a estos datos se agregan, el 13.1% de las empresarias que contestaron ejercer actividades tanto en el en comercio como en los servicios y el 2.9% que están en estos dos sectores y además son "profesionistas libres" tenemos que un 70% de las mujeres entrevistadas desarrollan actividades vinculadas con las áreas de comercio y servicios. Sólo un 14.6% de las mujeres tienen empresas industriales. Sin embargo, hay que tener en cuenta que un 8.0% de mujeres tienen empresas que se vinculan tanto con el comercio como con la industria y un 3.6% tienen empresas con incidencia en los tres sectores.

Cuadro 2. Sector de Actividad de las Mujeres Empresarias 1991[H-]

Cuadro 3. Mujeres Empresarias en el DF. Según Sector de Actividad 1990[H-]

Los datos muestran una inclinación de estas mujeres hacia las actividades de tipo comerciales o de servicios que las propiamente industriales. Esto nos lleva a preguntarnos: ¿Hasta qué punto la propiedad y el liderazgo femenino de las empresas está más presente en los sectores tradicionales de comercio y servicios? ¿Hasta qué punto es más común que una mujer sea propietaria de una tienda que lo sea de una industria?

Para contestar esta pregunta, elaboramos la siguiente tabla de referencia con el sector de actividad de las 15 mil 351 mujeres empresarias en el Distrito Federal.

Como vemos, efectivamente las mujeres tienden a concentrarse en las áreas de comercios y servicios. Es interesante ver que el porcentaje de empresarias dedicadas a la industria

en el Distrito Federal coincide con los de la muestra analizada (14% en ambos casos). [13] Es decir, a pesar de no haber sido levantada con rigor estadístico, los esquemas de la muestra son similares a los del censo. [14]

Por otro lado y con base en el número de empresarias que señalaron que su actividad se desarrolla tanto en el comercio como en la industria, los datos obtenidos por medio de los cuestionados muestran que algunas mujeres tienen empresas que abarcan tanto la producción de un artículo como su posterior comercialización y venta al público. Este parece ser el caso, por ejemplo de las empresarias dedicadas a la industria del calzado en el estado de Jalisco que ofrecen su producto en zapaterías propias.

Por omisiones en el cuestionario de 1991, no pudimos captar de una forma más específica la actividad empresarial de las mujeres entrevistadas. Sin embargo, con base a los datos obtenidos en 1992 pudimos apreciar que en lo referente a área de servicios hay una gran participación en las empresas de profesionales y técnico, de administración pública y tipo educativo y comunitarios (Véase Cuadro 4).

#### Cuadro 4. Tipos de Actividad del Sector Servicios en Empresas de Mujeres 1992[H-]

Dentro de las actividades de comercio e industria, las empresas de las mujeres entrevistadas se concentran preferentemente en la producción y/o venta de artículos alimenticios y de prendas de vestir. Estos datos sugieren que una parte importante de las mujeres empresarias se dedican a actividades propiamente "femeninas" como la educación, la comida y el vestido que pueden ser incluso consideradas como una extensión de las actividades domésticas.

Los datos muestran que existe una estrecha vinculación entre el empresario masculino y la propiedad y dirección de empresas de tipo industrial. Parece ser que aún son los hombres que tienen la propiedad y la dirección de empresas en este sector. Con base en los datos del Censo Nacional de Población de 1990 para los Estados Unidos Mexicanos hemos podido constatar que mientras que -como lo hemos señalado anteriormente- las mujeres constituyen el 23.09% del total del empresariado dedicado al comercio, los servicios y el turismo (Cuadro 1) en las áreas relacionadas con la industria manufacturera el porcentaje de mujeres sólo llega a representar un 10.90%.(Cuadro 5)

#### Cuadro 5. Empresarios en los Estados Unidos Mexicanos por Sector de Actividad y Sexo en 1990[H-]

Como lo muestra el Cuadro 5, en el área de servicios comunales y sociales y en la propiedad y dirección de restaurantes y hoteles la participación femenina alcanza el 39.04% y el 33.64% respectivamente mientras que en ciertas actividades empresariales consideradas "específicamente masculinas" como lo son, por ejemplo, las relacionadas con la minería y la industria de la construcción, el número de mujeres disminuye notoriamente, representando únicamente el 3.16% del total del empresariado nacional en el primer caso y el 2.48% en el segundo.

En lo que respecta al número de trabajadores, el 44.7% de las encuestadas contestaron que su empresa emplea entre 6 a 25 trabajadores. El 20.5% de las entrevistadas señalaron que su empresa emplea menos de 5 trabajadores. Esto nos hace afirmar que el 65.2% de las empresas tienen menos de 25 trabajadores por lo cual puede afirmarse que la mayoría de las empresarias asistentes al congreso son propietarias de empresas pequeñas. Sólo el 10.6 % de las empresas ocupan entre 51 y 100 empleados y sólo el 14.4% tienen más de cien empleados.

De estos datos podemos sacar las siguientes posibles conclusiones sobre las cuales habría que explorar en una investigación futura:

a) Las mujeres tienden a dedicarse más a las pequeñas empresas. La propiedad y el liderazgo de grandes empresas todavía se vincula con una dirección estrictamente masculina.

b) Se trata de una repartición común dentro de la media nacional, donde la mayoría de los empresarios en México -tanto hombres como mujeres- son propietarios de pequeñas empresas. Al respecto conviene tener presente que el 90% de los establecimientos industriales del país son de pequeños empresarios (que emplean a menos de 25 trabajadores) lo que indicaría que, a pesar de ser mayoría, en relación con la realidad nacional los propietarios de pequeña empresa están subrepresentados en nuestra muestra.

c) Las dueñas de grandes empresas tienen más compromisos y probablemente menos necesidad de asistir a eventos como los Congresos de empresarias o de ser miembros activos de alguna asociación empresarial femenina. Todo parece indicar que el Congreso de Mujeres Empresarias u otros encuentros de este tipo se vinculan más con los intereses y las preocupaciones de las pequeñas empresarias y no de las grandes. [15]

Sin embargo, a pesar de que debemos tomar en cuenta las tres posibilidades arriba mencionadas, consideramos que sería importante investigar más sobre la primera de ellas. Numerosos estudios que se han llevado a cabo en otros países han mostrado que la presencia de mujeres en la dirección y propiedad de pequeñas empresas se explica en función del atractivo que éstas siempre han representado para los grupos que, debido a prácticas discriminatorias de distinto tipo, han visto fuertemente limitado su acceso a otras fuentes de empleo. En este sentido se ha comparado las actitudes de las mujeres con la de los "nuevos inmigrantes" que optan por fundar una pequeña empresa como una forma de buscar otra opción frente a las limitaciones con las que se encuentran para ingresar y permanecer dentro de la fuerza de trabajo. [16]

Asimismo, cabe señalar que diversas investigaciones han demostrado que la mujer que es dueña de una pequeña empresa tiende a conservar el tamaño de la misma sin hacerla crecer. En Estados Unidos se ha encontrado que las empresas que son propiedad de mujeres tienden a ser más estables y con patrones de crecimiento menos acelerados que las de las empresas propiedad de hombres. (Boletín de la National Association of Women Business Owners, Washington, 1992) En términos generales, las empresas de mujeres

son más pequeñas que las de los hombres que se encuentran en el mismo giro lo cual puede tener parte de su explicación en la dificultad que las mujeres tienen para obtener financiamiento; [17] y en las responsabilidades familiares que les impiden dedicar más tiempo a la empresa. [18]

Al respecto sería importante evaluar hasta qué punto las mujeres conservan su empresa pequeña debido a la imposibilidad de obtener capital que les permita expandirse y a la incompatibilidad que sienten entre el crecimiento y diversificación de su empresa y el deseo de lograr un balance entre sus actividades de trabajo y las familiares. El análisis que a continuación presentamos sobre la antigüedad y responsabilidad dentro de la empresa nos permitirá tener un panorama más amplio sobre este último punto.

#### Antigüedad y responsabilidad dentro de la empresa

El 85% de las mujeres que contestaron el cuestionario son dueñas de la empresa. Esto indica que el nombre de Congreso Nacional de Mujeres Empresarias, atrae fundamentalmente a las propietarias de las empresas y no a las que únicamente ocupan cargos ejecutivos pero que no son propietarias y que de hecho pueden tener más afinidades con otras agrupaciones como la Asociación de Mujeres Ejecutivas donde hay mujeres que ocupan cargos de alta dirección en empresas pero que por lo general no son propietarias.

Además de ser propietarias el 67% de las mujeres trabajan activamente en ellas ocupando "puestos de mando" como directoras, presidentas, vicepresidentas o gerentes. Sólo el 7% parece dejar la propiedad de su empresa "bajo la dirección de otros" (el resto de las empresarias ocupa cargos relacionados con la administración, ventas y asesorías diversas). [19]

El tipo de labores que las mujeres realizan en su empresa se reflejó en las horas semanales que le dedican a la misma. El 43% señaló que su trabajo dentro de la empresa es de más de cuarenta horas a la semana, el 14% le dedica cuarenta horas, el 5% hasta 39 horas, el 10% dedica entre 20 y 30 horas, el 11% entre 10 y 20 horas y sólo un 7% de las empresarias trabaja menos de 10 horas semanales en la empresa.

Si unimos los dos primeros datos tenemos que el 57% de las mujeres empresarias se dedica a la empresa de tiempo completo y el 27% (sumados 6.8 y 10.6 ) le dedica menos de medio tiempo.

En relación al número de horas de trabajo y el estado civil encontramos que entre las empresarias no unidas (solteras, divorciadas y viudas) el porcentaje de las que se dedican a la empresa más de 48 horas semanales fluctúa entre un 43% y 46%, mientras que entre las empresarias casadas hay un 37% de mujeres que trabaja entre 31 y 40 horas y sólo un 20% que llega a trabajar más de 48 horas a la semana en su empresa.

Lo anterior puede explicarse tanto por el tiempo que la mujer casada usualmente tiene que "dedicar al marido" en los patrones tradicionales de comportamiento de pareja como



por la posibilidad de que, en la medida en que los gastos familiares se comparten con el esposo, su situación económica puede ser menos apremiante que la de la mujer viuda o divorciada. [20]

Por otro lado, y como era previsible, también hay una correlación entre el número de horas de trabajo y las edades de los hijos. El 60% las mujeres que se ocupan de su empresa menos de 16 horas semanales tienen hijos menores de once años. A medida que los hijos crecen la mujer puede dedicar más tiempo a sus actividades empresariales.

Otro punto sobre el cual se les pregunto a las empresarias fue sobre la antigüedad de la empresa. El 9.7% de ellas señaló una antigüedad menor a un año. El 22.4% tienen entre un año y cinco años. El 20.9% tienen entre 6 y 10 años, el 24.6% entre 10 y 15 años. El 11.2% entre 15 y 20 años, y el 11% tienen más de 20 años de antigüedad. Como podemos ver hay un espectro bastante amplio en lo relativo a la fecha de fundación de la empresa. Sin embargo, conviene hacer notar que dos terceras partes de las empresarias se pueden considerar como "consolidadas" en la medida en que tienen más de cinco años de experiencia.

En lo que respecta a la manera en que se insertaron dentro de la actividad de la empresa y la forma de adquirirla, el 58.4% de las mujeres contestan haber formado su empresa, el 10.7% la heredaron, el 4.6% dan otro tipo de respuestas vinculadas con la invitación de un familiar (a menudo el marido) para participar, sólo el 3.1% señala haberla comprado y el 2.9% respondió que es "una empresa familiar". Sorprende que hay un 19% de empresarias que no contestaron la pregunta lo cual suscita cierta "sospecha", quizá no hayan querido contestar por el hecho de que ellas no tuvieron un papel muy activo dentro de éstas, quizá fueron invitadas a participar en más casos de los que se señalan, o fue una iniciativa de un familiar que inició la empresa y no ellas, etc.

De cualquier forma, a pesar de la información faltante, es muy interesante hacer notar que la mayoría de las mujeres formaron su empresa, si a esto le agregamos que además ocupan puestos directivos dentro de ella, su papel dentro de la empresa es muy activo. Al respecto valdría la pena evaluar hasta qué punto el papel de la mujer en la gestación y la dirección de la empresa están entrelazados. Es probable que si la mujer no hubiera participado en la propia formación de la empresa encontraría muy difícil llegar a ocupar posiciones directivas dentro de la estructura organizativa de la misma.

De lo anterior, podemos afirmar en síntesis, que la mayoría de las mujeres entrevistadas, son dueñas de una pequeña empresa que se ubica preferentemente en los sectores de comercio y de servicios. En términos generales, se trata de una empresa que ellas mismas han formado a la cual se dedican de tiempo completo y donde ocupan cargos directivos importantes.

#### CITAS:

[\*] Este artículo es parte de un trabajo más amplio sobre Mujeres Empresarias en México que se llevó a cabo con el apoyo del Programa Interdisciplinario de Estudios de la Mujer

de El Colegio de México. De una forma especial agradezco las valiosas sugerencias de Mercedes Pedrero.

[\*\*] Profesora de tiempo completo de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, adscrita al Centro de Estudios Básicos en Teoría Social, UNAM.

[1] Como se sabe, a diferencia de las cámaras de industriales que se integran por sectores productivos, las de comercio y servicios se conforman con base a organizaciones locales. Las cámaras de comercio que en la actualidad están presididas por mujeres están en Culiacán, Sinaloa; San Luis de la Paz y Silao en Guanajuato; y Netzahualcóyotl, Estado de México (información proporcionada por la CONCANACO).

[2] Al respecto, es interesante hacer notar que se trata de una situación similar a la que encontramos con relación a la participación de las obreras en sus respectivas organizaciones sindicales. Como Teresita de Barbieri lo ha señalado, de manera sistemática se ha podido ver que "las mujeres, en general y las adultas en particular, que desempeñan ocupaciones remuneradas, tienen escasa participación en los sindicatos y la vida gremial". En este sentido se podría considerar que a semejanza de lo que ocurre con las mujeres en otros ámbitos, en el caso de las empresarias también nos encontramos con una automarginación o marginación impuesta por la cultura empresarial, hay una salida hacia la unidad doméstica limitada al mercado de trabajo, pero restringida en lo relacionado con otro tipo de actividades gremiales. En el caso que nos ocupa, esto puede explicar en parte la baja participación de las mujeres en las grandes organizaciones empresariales lo que a su vez podría ser una causa de los escasos cargos de representación ocupados por mujeres dentro de las mismas, Barbieri, Teresita, "Los ámbitos de acción de las mujeres" en Revista Mexicana de Sociología, núm. 1, 1991, Instituto de Investigaciones Sociales. UNAM, p. 205. En otro trabajo que he realizado sobre el tema, describo más detalladamente algunas de las actitudes que tienen las mujeres empresarias frente a estas organizaciones así como su participación dentro de las mismas. Zabludovsky Gina, Mujeres Empresarias y Participación Política, Congreso LASA, Los Angeles, septiembre de 1992.

[3] En la ponencia señalada más arriba doy más datos sobre la historia y la situación actual de esta asociación de mujeres empresarias, Ibid.

[4] Al igual que el año anterior, en 1992 hubo una mayoría de empresarias (58%) que no eran miembros de AMMJE.

[5] La importancia de las jóvenes dentro de la participación económica en las zonas metropolitanas ha sido analizada en algunas investigaciones que han tomado como referencia las tasas de participación de la población femenina por grupos de edades en las zonas metropolitanas. Si tomamos como referencia las tasas de las ciudades de residencia del mayor número de empresarias entrevistadas (México y Guadalajara) tenemos que en 1987, en la ciudad de México entre las mujeres de 20 a 24 años de edad había una tasa de participación femenina de 51.1 y en Guadalajara ésta era de 49. Entre las trabajadoras mayores de 25 años la de tasa de participación descende, situación que se ha explicado

porque muchas mujeres se retirarán del trabajo al contraer matrimonio Los datos de participación económica femenina de las mujeres por grupos de edad en la ciudad de México en 1987 son: 47.4% para mujeres que tienen de 25 a 34 años, 44.5% para las que tienen de 35 a 44; 35.3% para las de 45 a 54, 21.6% para las de 55 a 64 y 13.6% para las mayores de 65 años. Consúltase al respecto de Mercedes Pedrero, "Evolución de la participación económica femenina en los ochenta" Revista Mexicana de Sociología, Año LII., núm. 1, México, Instituto de Investigaciones Sociales, enero-marzo de 1990.

[6] El mayor porcentaje de la población femenina económicamente activa del Distrito Federal se concentra en la población que tiene entre 25 y 39 años de edad que representa el 45.5%. Sólo el 3.56% de la población económicamente activa tiene más de 60 años. Estos datos fueron calculados por la autora con base al cuadro número 29 del Censo General de Población de 1990 referente a las poblaciones de 12 años y más por tamaño de la localidad, sexo y grupos quinquenales de edad según condición de actividad.

[7] Quizá su situación socioeconómica también les permita obtener apoyo de trabajadoras domésticas y no tener que dedicar tanto tiempo a las "actividades del hogar" como lo hacen las mujeres de estratos socioeconómicos más pobres.

[8] Esta es una impresión que se obtuvo del trabajo de campo en el momento de hacer la entrevista.

[9] De entre estas el 1.5% no son realmente casadas sino que viven en unión libre. Sin embargo, este dato no se tomó en cuenta por separado debido a lo poco significativo del mismo.

[10] Este porcentaje fue calculado por la autora con base en los avances del Censo General de Población y Vivienda de 1990 en el Distrito Federal. Se tomó como referencia el cuadro sobre la población de 12 años y más por delegación, sexo y grupos quinquenales de edad según estado civil. Se consideraron como "mujeres unidas" aquellas que están casadas (civil, religiosamente o por ambas) o en unión libre.

[11] El resto de las entrevistadas no tenía por qué haber contestado la pregunta porque como vimos no tienen hijos.

[12] Hay un 33% de mujeres que no contestó esta pregunta y que responde al número de empresarias que no tienen hijos o que sólo tienen uno cuya edad fue ya señalada dentro del rango anterior de "hijo mayor".

[13] Los datos de comercio y servicios no coinciden tanto pero, esto puede deberse al tipo de cuestionario que se aplicó en esta ocasión en el cual el giro de la empresa se captó en forma demasiado global. En estudios que estamos llevando a cabo en la actualidad, estos datos ya se captan con mayor especificidad. Por otro lado, es interesante hacer notar que la tendencia de las mujeres a concentrar sus actividades empresariales en los servicios y el comercio no es específica de nuestro país sino que se da a nivel mundial.

[14] Entre las empresarias entrevistadas, las de Jalisco mostraron una inclinación mayor hacia las actividades industriales que las de las mujeres de otras partes de la República. En nuestra muestra encontramos que un 35% de las mujeres de este estado son propietarias de una industria. Sin embargo, este dato habla más del tipo de empresarias que asistió al Congreso que de una característica ocupacional generalizada. Con base en el Censo de 1990, pudimos calcular que sólo el 14% de las empresarias de Jalisco se dedican a la industria lo cual constituye una relación bastante similar a la que se da en el Distrito Federal (y a la República Mexicana en general).

[15] Probablemente esto se deba a que las grandes empresarias tienen menos necesidad de la red de relaciones y las posibles asesorías que puedan obtener a través de la asociación o los Congresos. Por otra parte también valdría la pena tomar en cuenta el rechazo que puede existir entre algunas empresarias exitosas para participar en asociaciones exclusivamente femeninas.

[16] Committee on Small Business, 1985 y 1984; Loscoco Karyn, Robinson Joyce, Hall Richard y Allen John, "Gender and Small Business Success: an Inquiry into Women's Relative Disadvantage, Social Forces, The University of North Carolina Press, September, 1991.

[17] En este sentido se ha señalado que hay evidencias de que las instituciones financieras prefieren tratar con hombres que con mujeres. A las dificultades que las pequeñas empresas tienen para obtener financiamiento debe agregárseles una acentuada actitud de desconfianza cuando se trata de una empresaria mujer. (Loscoco, Robinson, et. al, "Gender and Small Business Success: an Inquiry into Women's Relative Disadvantage, Social Forces, The University of North Carolina Press, September, 1991).

[18] En este sentido se ha señalado que hay evidencias de que las instituciones financieras prefieren tratar con hombres que con mujeres. A las dificultades que las pequeñas empresas tienen para obtener financiamiento debe agregárseles una acentuada actitud de desconfianza cuando se trata de una empresaria mujer. Consúltense también de Kalleberg Arne y Kewin Leicht, Small Business Success and Survival: Individual and Structural Determinants of Organizational Performance", Academy of Management Journal, 1991.

[19] Esto es congruente con el sector hacia el que se vincula AMMJE que como puede verse en la convocatoria de sus congresos, están dirigidos a las "damas dirigentes de sus propias empresas".

[20] Sin embargo, como lo señalaremos más adelante esto no parece ser la generalidad ya que hay muchas empresarias casadas cuyo ingreso es el único sustento familiar.