

HACIA UN PERFIL DE LA MUJER EMPRESARIA EN MEXICO 1

por Gina Zabudovsky

El estudio de las mujeres empresarias en México presenta grandes retos. El mas serio 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.

La revisión bibliográfica y hemerográfica que hasta ahora hemos realizado nos permite afirmar que la ausencia de reflexión académica sobre la participación de la mujer en la vida empresarial de México es bastante drástica: no se trata solamente de la virtual inexistencia de estudios específicos sobre ellas, sino de un fenómeno mas radical. La participación de la mujer en la vida empresarial de nuestro país no ha sido objeto ni siquiera de alguna mención secundaria o colateral en los numerosos estudios sobre empresarios y empresas en México. Esta afirmación es valida tanto para los trabajos de décadas anteriores como para

1 Esta ponencia 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. Para la compilación de algunos materiales conté con el apoyo de Olga Baeza y Laura Cuevas, estudiantes de maestría en Ciencia Política de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.

los que se llevan a cabo en la actualidad.²

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, secretarias y subsecretarias 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 ³.

Los académicos interesados en la participación política empresarial se han centrado frecuentemente en el estudio de sus organizaciones. En particular se ha puesto atención en el

² Para constarla basta revisar por ejemplo algunos de los libros más importantes y difundidos como el *El Empresario Mexicano* de Flavia Derossi publicado en 1977, y el de Roderic A. Camp *Los empresarios y la política en México* que ha salido recientemente (1989). Con base en la revisión bibliográfica y hemerográfica los únicos trabajos sobre las empresarias mexicanas que hemos encontrado son los realizados Harold P. Welsh y Earl C. Young en la DePaul University de Chicago. Sin embargo la preocupación de estos autores se centra mas en aspectos de administración de empresas y organizativos que en los propiamente sociológicos. Al respecto es interesante hacer notar que en la bibliografía manejada en los trabajos de estos autores no aparece ningún libro o artículo sobre mujeres empresarias en México lo cual puede ser considerado como otra prueba de la inexistencia de otros estudios sobre el tema. (WELSH HAROLD Y YOUNG EARL, "Family Ingration in Male and Female Owned Business in Mexico" ponencia presentada en el International Council for Small Business , Viena, Austria, 1992 ; WELSH Y EARL, " The Autonomous Women Entrepeneur in two cultural Settings! , Small Business Instyitute Directors Associations, february 1992, Florida). Esta situación editorial contrasta con la de los estudios de otros países, especialmente los anglosajones, donde existe una amplia bibliografía sobre mujeres empresarias.

³ De nuestro sondeo la única empresaria claramente distinguible dentro de la vida económica y política del país es la de la Directora de Calzados Canadá, la empresaria Sandra Lopez

seguimiento de las declaraciones que los diferentes organismos hacen a través de sus voceros principales, en la representatividad que dentro de las organizaciones adquieren los grupos económicos mas importantes y en las modalidades del liderazgo que eventualmente ejercen los presidentes y cuerpos directivos en turno 4.

Así, la participación empresarial en la vida pública ha sido evaluada a través del papel que la élite del sector privado asume en sus puestos de representatividad y cargos ocupados en los organismos de "caracter público" como la Confederación de Cámaras Industriales- CONCAMIN-, la Confederación de Cámaras de Comercio -CONCANACO - o en en las diferentes organizaciones privadas de pertenencia voluntaria como la Confederación Patronal de la República Mexicana - COPARMEX.-5

Sin embargo, en lo referente al trabajo que ahora nos ocupa

4 Como ejemplos de estos trabajos pueden mencionarse los siguientes: CARLOS ARRIOLA, Los Empresarios y el Estado, UNAM-PORRUA, México, D. F.1981; JULIO LABASTIDA (compilador), Grupos Económicos y Organizaciones Empresariales en México , Alianza Editorial Mexicana, México, D. F., 1986; CRISTINA PUGA, "La Confederación de Cámaras Industriales: en El Trimestre Político año 1, n. 3, enero- marzo de 1976; GINA ZABLUDOVKY, México: Estado y Empresarios, ENEP- Acatlan, UNAM, 1980.

5 Las organizaciones que agrupan al sector empresarial se pueden dividir en a) insituciones de " caracter público" b) instituciones de " caracter privado". Las instituciones públicas se encuentran organizadas conforme a la Ley de Cámaras de Comercio e Industria, la membresía es obligatoria, y son considerados como "organos de consulta" del Estado. Las insituciones privadas son aquellas agrupaciones patronales cuya organización y funcionamiento es voluntario y no se encuentran reglamentados por el Estado (GINA ZABLUDOVKSY, Las Organizaciones Empresariales en México, Tesis de licenciatura en Sociología, UNAM, 1979, pp. 3- 7).

la estrategia de investigación a través del estudio de estas organizaciones empresariales no nos es útil sino sólo para señalar, como rasgo significativo, la escasísima presencia de mujeres en los puestos vinculados con presidencia o la dirección de las grandes cámaras y confederaciones.

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 ⁶. 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

⁶ 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 Netzahualcoyotl, Estado de México (información proporcionada por la CONCANACO).

que las mujeres constituyen el 33 % del total del empresariado que en nuestro país se dedican al comercio, los servicios y el turismo 7

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 8. De cualquier forma 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 Banibieri 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

7 Este porcentaje fue calculado por la autora tomando en consideración a los empresarios y empresarias que se dedican al comercio y a los distintos servicios que en el Censo aparecen desagregados: financieros; comunales y sociales; profesionales y técnicos; de restaurantes y hoteles; y personales y de mantenimiento

8 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. GINA ZABLUDOVSKY, Mujeres Empresarias y Participación Política, Congreso LASA, Los Angeles, septiembre de 1992.

relacionado con otro tipo de actividades gremiales 9. 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. 10

Sin embargo, también es cierto 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_11 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

9 BARBIERI DE, TERESITA, " Los ámbitos de acción de las mujeres" en Revista Mexicana de Sociología, Num, 1, 1991, Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM, p. 205.

10 Sin embargo, en el caso de las organizaciones empresariales también habría que tomar en cuenta otros factores que tienen que ver con la propia estructura de las mismas como lo son el carácter obligatorio de su pertenencia y la subrepresentación de la pequeña y mediana empresa en los cuerpos directivos. GINA ZABLUDOVSKY, "Mujeres empresarias y participación política", p. 14.

11 En la ponencia señalada mas arriba doy mas datos sobre la historia y la situación actual de esta asociación de mujeres empresarias ,Ibid.

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 12.

En los cuestionarios aplicados se hicieron varias preguntas que permitieron obtener datos sobre la edad, la escolaridad, el tamaño y la organización de la empresa, la vinculación entre

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

empresa y la vida familiar, y la participación de la mujer en las organizaciones empresariales y otro tipo de asociaciones. El cuestionario concluye con algunas preguntas de opinión sobre los problemas y los avances mas importantes que el país ha experimentado durante los últimos años.

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 %¹³ y la participación de las mujeres que tienen entre 40 y 59 años sólo es del 22.3%¹⁴.

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.

13 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 desciende, situación que se ha explicado porque muchas mujeres se retiran 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. Consulte al respecto de Mercedes Pedrero, " Evolución de la participación económica femenina en los ochenta" ,Revista Mexicana de Sociología, Año LII., Num 1, enero-marzo de 1990. México, Instituto de Investigaciones Sociales.

14 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 mas 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 población de 12 años y mas por tamaño de la localidad, sexo, y grupos quinquenales de edad según condición de actividad.

Otro factor importante de tomar en cuenta es su situación socioeconómica relativamente privilegiada 15 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% acabo unicamente preparatoria y un 6. 7% llegó hastas la secundaria.

Los datos sugieren un alto nivel de preparación ya que solo 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 pregunta que mas adelante hicimos sobre los problemas nacionales) es muy probable que los resultados estén sesgados ya que cómo la educación se relaciona con el prestigio social , muchas de ellas no declaran los estudios reales sino mas elevados.16

15 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 mas pobres.

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

FAMILIA Y EMPRESA

Casi la mitad de las mujeres (48.1%) son casadas 17. 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 18 (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

17 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.

18 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.

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 el tiempo que dedican a la empresa- como el tiempo de cualquier mujer profesionista o trabajadora- 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 19 . 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 las mujeres que tienen hijos menores de edad, el 11 % tienen un hijo menor de 5 años, el 18.2% de las

19 El resto de las entrevistadas no tenía porque haber contestado la pregunta porque como vimos no tienen hijos.

mujeres tienen hijos en edad de cursar al 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 20. 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 mas 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.

En lo que respecta al área y actividad de la empresa, el 27.% de las mujeres tienen empresas del sector comercial, el 26.4% en el sector servicios. Si a estos datos se agregan el 12.5% de las empresarias que contestaron ejercer actividades vinculadas con el comercio, los servicios y el de profesionista libre tenemos que un 66 % de las mujeres entrevistadas desarrollan actividades vinculadas con las áreas de comercio y servicios. Sólo un 14. 7 % de las mujeres tienen empresas

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

industriales. Sin embargo hay que tener en cuenta que un 7 % de mujeres tienen empresas que se vinculan tanto con el comercio como con la industria y un 3.7% tienen empresas con incidencia en los tres sectores.

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 que punto la propiedad y el liderazgo femenino de las empresas está mas presente en los sectores tradicionales del comercio y los servicios? ¿ Hasta que punto es mas comun que una mujer sea propietaria de una tienda que de una industria?

Si comparamos estos datos con los proporcionados por el Censo Nacional de Población para el Distrito Federal tenemos que en el se registraron 6,464 mujeres empresarias o patronas en los servicios, 5, 269 mujeres empresarias en el comercio, 2,178 en la industria manufactura y 1, 439 en otras áreas relacionadas con la agricultura, la minería , la construcción, el transporte y comunicaciones y otros no especificados.²¹

Es decir, de las 15,350 empresarias registradas como tales en el el Distrito Federal el 42 % se dedica a los servicios, el 34.32 % al comercio, el 14.18% a la industria y el 9. 37 % a otras actividades varias.

Es interesante ver que el porcentaje de empresarias dedicada a la industria en el Distrito Federal concide con los de la

21 Avances del censo Nacional de Población, INEGI.

muestra analizada (14 % en ambos casos)²². Es decir, a pesar de no haber sido levantada con rigor estadístico, los esquemas de la muestra son similares a los del censo.

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 mas 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). Por otro lado y con base en el número de empresarias de Guadalajara que señalo que su actividad se desarrolla tanto en el comercio como en la industria, lo que los datos sugieren es que algunas mujeres de esta región 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 empresas dedicadas a la industria del calzado que ofrecen su producto en zapaterías propias.

Por omisiones en el cuestionario de 1991, no pudimos captar

²² 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 de masiado global. En estudios que estamos llevando a cabo en la actualidad, estos datos ya se captan con mayor especificidad.

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 tipo educativo y comunitarios (el 40% de las empresarias que en 1992 se dedicaban a los servicios se concentraban en esta área). 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 33% del total del empresariado dedicado al comercio, los servicios y el turismo, en las áreas relacionadas con la industria manufacturera el porcentaje de mujeres sólo llega a representar un 11% . En ciertas actividades empresariales consideradas " específicamente masculinas" como lo son por ejemplo las relacionadas con la extracción de petróleo y gas y la

industria de la construcción, el número de mujeres disminuye notoriamente, alcanzando únicamente el 6.5% del total en el primer caso y el 2.5% 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 solo 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 mas compromisos y probablemente menos necesidad de asistir a eventos como los Congresos de empresarias o de ser miembros activas de alguna asociación empresarial femenina. Probablemente esto se deba a que sienten menos necesidad de la red de relaciones y las posibles asesorias que puedan obtener en estas actividades. Todo parece indicar que el Congreso de Mujeres Empresarias u otros encuentros de este tipo se vinculan mas con los intereses y las preocupaciones de las pequeñas empresarias y no de las grandes. 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.

Sin embargo, a pesar de que debemos tomar en cuenta las tres posibilidades arriba mencionadas, consideramos que sería importantes investigar mas 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 fuerza de trabajo.²³

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 terminos generales las empresas de mujeres son mas 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 ²⁴, y en las responsabilidades familiares que les impiden dedicar mas tiempo a la empresa.²⁵

Al respecto sería importante evaluar hasta que 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

23 COMMITTEE ON SMALL BUSINESS, 1985 y 1984; LOSCOCO KARYN, ROBINSON JOYCE, HALL RICHARD Y ALLEN JOHN, " Gender and Small Business Succes ; an Inquiry into Women's Relative Disadvantage, Social Forces, The University of North Carolina Press, September, 1991.

24 En este sentido se ha señalado que ya evidencias de que las insituciones financieras prefieren tratar con hombres que con mujeres. A las dificultades que las pequeñas empresas tienen para obtener financiamiento debe agregarseles una acentuada actitud de desconfianza cuando se trata de una empresaria mujer.(LOSCOCO, ROBINSON et al, Op. Cit.)

25 Ibid. Consúltese también de KALLEBERG ARNE y KEVIN LEICHT, " Small Business Succes and Survival: Individual and Structural Determinants of Organizational Performance", Academy of Management Journal, 1991.

que a continuación presentamos sobre la antigüedad y responsabilidad dentro de la empresa nos permitirá tener un panorama mas amplio sobre este último punto.

ANTIGUEDAD Y RESPONSABILIDAD DENTRO DE LA EMPRESA.

El 84.4 % de las mujeres que contestaron el cuestionario son dueñas de la empresa. Esto indica que el nombre de Congreso Nacional de Mujeres Empresarias, atrajo 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.

En el caso de las mujeres entrevistadas nos encontramos con que la propiedad de las empresas a menudo se comparte con socios. El 62. % de las mujeres tienen sus empresas en sociedad, el 22.6% contestó ser propietaria única y el 13.9% no contestó.

Además de ser propietarias las mujeres trabajan activamente en puestos directivos dentro de su empresa. El 39.4 % de las mujeres entrevistadas ocupa un cargo directivo (directora general, presidenta o vicepresidenta). El 29.2% tiene puestos vinculados con la gerencia, el 7.3 contestó ser propietaria, el 5.8 % son puestos relacionados con la administración y por debajo del 5 % estan otros cargos como las de coordinadora, consejera, directora

operativa, representante del área de ventas.²⁶

Así, si sumamos los cargos directivos con los que están vinculados a la gerencia, tenemos que el 68.6% de las mujeres directoras, presidentas, vicepresidentas o gerentes. Sólo el 7 % parece dejar la propiedad de su empresa " bajo la dirección de otros" . Esto es congruente con el sector hacia el que se vincula AMMJE que cómo puede verse en la convocatoria de sus congresos, están dirigidos a las " damas dirigentes de sus propias empresas"

El tipo de labores que las mujeres realizan en su empresa se reflejó en las horas semanales que le dedican a la misma. El 42.9% señaló que su trabajo dentro del empresa es de más de cuarenta horas a la semana, el 13.9 % le dedica cuarenta horas, el 5.3 % hasta 39 horas, el 10.% dedica entre 20 y 30 horas, el 10.6 % entre 10 y 20 horas y solo un 6.8 % de las empresarias trabaja menos de 10 horas semanales en la empresa .

Si unimos los dos primeros datos tenemos el 56.6 % de las mujeres empresarias se dedica a la empresa de tiempo completo y el 27.4 % (sumados 6.8 y 10.6) le dedica menos de medio tiempo.

La mayoría de las empresarias se dedican de tiempo completo a su empresa. Si comparamos estos datos con los del Censo de Población para el Distrito Federal en 1990, nos encontramos con que, comparadas con el total de mujeres dentro de la población

²⁶ Al respecto vale la pena también señalar que el 7.3 % llenó el cuestionario como propietaria, habría que señalar que si solo es propietaria, sin su participación activa en el trabajo su categorización como empresaria estaría fuera de los objetivos del presente estudio.

económicamente activa, el porcentaje de mujeres que dedican tiempo completo a su empresa es significativamente más alto entre las empresarias entrevistadas que entre las mujeres que desarrollan otras actividades. Mientras que sólo un 40% de la población femenina ocupada del D. F. trabaja tiempo completo 27, en nuestra muestra nos encontramos que el porcentaje de las mujeres en esta situación es el de 56.6%.

Sin embargo también hay un alto porcentaje de empresarias que solo le dedica medio tiempo al trabajo de su empresa, situación que seguramente es diferente a la de los hombres empresarios donde no sería raro encontrar que casi su totalidad le dedica cuarenta o mas horas a la empresa o a actividades relacionadas con ella.

Por otro lado, también es interesante destacar las relaciones entre el número de horas de trabajo por semana y el estado civil. Entre las empresarias no unidas (solteras, divorciadas y viudas) el porcentaje de las que se dedican a la empresa mas de 48 horas semanales fluctua entre un 43% y 46% mientras que entre las empresarias casadas nos encontramos que hay un 37% de mujeres que trabaja entre 31 y 40 horas y sólo un

27 Este porcentaje fue calculado por la autora con base en el Cuadro No. 33 relativo a la "población ocupada por delegación, sexo y ocupación principal según horas trabajadas en la semana de referencia" del Censo Nacional de Población del Distrito Federal en 1990. Hay que tener en cuenta sin embargo que estos datos son solo aproximados, desafortunadamente el dato de la población económicamente activa que trabaja tiempo completo (40 horas o mas) no se puede obtener con exactitud ya que en el Censo los que trabajan mas 40 horas estan incluidos dentro de un rango mas amplio de los que trabajan de 33 a 40 horas semanales.

20 % que llega a trabajar mas 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 comparan con el esposo, su situación económica puede ser menos apremiante que la de la mujer viuda o divorciada 28.

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 mas tiempo a sus actividades empresariales.

Otro punto sobre el cual se les preguntó a las empresarias fue sobre la antigüedad de la empresa. El 9.7 % de las empresarias señaló una antigüedad menor a un año. El 22.4 % tienen entre un año y cinco años como antigüedad. 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 como 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

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

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 del un familiar (a menudo el marido) para participar en la empresas, solo 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 mas 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 las 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 que 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 empresarias entrevistadas, son dueñas de una ^{pequeña} empresa que

empresa que tienen en sociedad y 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 .