



**NUEVAS TENDENCIAS EN
EL MUNDO
EMPRESARIAL: LA
PARTICIPACIÓN DE LAS
MUJERES**

***Elena de la Paz
Hernández Águila***



Resumen

En este trabajo se discute sobre tres tendencias recientes en el mundo empresarial: la presencia de una mayor cantidad de mujeres, la conformación de organizaciones de apoyo a su actividad laboral y la construcción de un nuevo perfil de las empresarias. La problemática se enfoca en cómo el incremento de mujeres en la actividad empresarial no se ha visto reflejado en un mejor posicionamiento de ellas en la dirección de las organizaciones tradicionales del sector, a la vez que también se detecta una tendencia a la búsqueda de trabajo e incorporación de las mujeres en organizaciones no gubernamentales de apoyo a su actividad laboral con reivindicación de género.

Palabras clave: Empresarias, techo de cristal, género, asociaciones de mujeres, negocios dirigidos por mujeres.

Abstract

The paper discusses three recent trends in the business world: the presence of greater numbers of women in this activity, the formation of organizations to support their work and the construction of a new profile of women entrepreneurs. I will question about how the increase of women in business has not been reflected in a greater position of them in the direction of the traditional sector organizations. However, it detects a tendency to seek and incorporate non-governmental organizations to support their work with gender claim.



Key words: Businesswomen, glass ceiling, gender, women's associations, businesses run by women.

RECEPCIÓN: 19 DE OCTUBRE DE 2010 / ACEPTACIÓN: 8 DE NOVIEMBRE DE 2010

Los niños, los idiotas, los lunáticos y las mujeres no pueden y no tienen capacidad para efectuar negocios.

ENRIQUE VII, REY DE INGLATERRA

Durante las últimas tres décadas la participación de las mujeres en el mercado laboral y empresarial se ha incrementado de manera notable; no obstante, la atención de los especialistas en el tema se ha centrado en la participación de las asalariadas y no en las que se dedican a las actividades como promotoras empresariales.

Los escasos estudios dedicados al tema han puesto énfasis en las razones que argumentan las mujeres para iniciarse en dichas actividades: la necesidad de independencia al desempeñar su trabajo, la frustración ante la desigualdad que enfrentan en su carrera profesional y la falta de un trabajo con flexibilidad de horario que les permita atender sus actividades domésticas.

El interés por estudiar la participación de las mujeres en actividades empresariales cobró auge en la década de los ochenta en países industrializados como Gran Bretaña, Suecia, Canadá y Estados Unidos. Pionero en este tema es el estudio de Goffee y Scase (1983, citado en Serna, 2003), sobre empresarias de Gran Bretaña, donde por primera vez se analizan sus características, experiencias y las razones por las cuales



ellas se incorporan a esta actividad (Goffe y Scase, 1983, citado en Serna, 2003: 39).

El objetivo de este trabajo es discutir sobre las tendencias recientes en el mundo empresarial, como las siguientes: 1) incorporación de mayor cantidad de mujeres, 2) aumento de la tendencia a conformar organizaciones de apoyo a su actividad laboral, y 3) surgimiento de un nuevo perfil empresarial.

Para este análisis se utilizó información cualitativa proveniente del trabajo de campo¹ e información cuantitativa que consiste en datos estadísticos oficiales extraídos de censos, de la Encuesta Nacional de Empleo, de bases de datos de diversas organizaciones empresariales, redes, organismos y asociaciones de mujeres, además de los resultados de un sondeo aplicado por Inmujeres en 2003, así como el diagnóstico sobre la situación de las empresarias desarrollado por esta última institución en el año 2008.²

¹ El trabajo que se presenta es el primer avance de investigación en donde se exponen las tendencias que se pretenden investigar. El trabajo de campo se encuentra en fase inicial. Se están realizando entrevistas con pequeñas empresarias de la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG), quienes constituyen el objeto de investigación.

² En la recopilación de materiales y consulta de bases de datos se contó con el apoyo de Estela Flores, Nanssy Jara y Mónica Maisterrena. Mi agradecimiento para ellas.

El incremento de mujeres en la actividad empresarial

Según información de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), existe una tendencia al incremento de mu-

jeres en la actividad empresarial en los países desarrollados.

En Estados Unidos la esfera de mujeres empresarias ha crecido: en la actualidad son propietarias de 25% de las empresas; en Canadá las mujeres establecen dos tercios de las nuevas empresas; en Finlandia se tiene registrado que a ellas corresponden 30% de las empresas, y en Suecia y Francia 25 y 21% respectivamente (Zabludovsky, 2001).



La National Foundation for Women Business Owners (NFWBO), con sede en Maryland, Estados Unidos, señala que existe una importante cantidad de empresas propiedad de mujeres que ya participan en el mercado mundial, con actividades de importación y exportación de bienes y servicios. Sus estudios, auspiciados por IBM, se basan en información proporcionada por asociaciones empresariales de Brasil, Canadá, Irlanda, México y Estados Unidos. Las cifras de participación en los mercados globales son: 38% en Irlanda, 25% en Brasil, 21% en la ciudad de México y 13% en Estados Unidos.

En América Latina, la actividad empresarial femenina registra desde 1990 una creciente importancia y un ascenso: entre 25 y 35% de los empleadores son de este género (Navarro y Gómez, 2006). En el caso de México, aunque su participación es menos significativa que en países desarrollados, también se ratifica una tendencia hacia el incremento. La Encuesta Nacional de Empleo 2004 reportó que durante 1995 la correlación de empresarios y patrones era 89.5% hombres y 10.5% mujeres, y

para 2004, 84.2% hombres y 15.8% mujeres. En 2008 el diagnóstico realizado por Inmujeres reporta que 81.1% de los empleadores eran hombres y 18.9% mujeres.

Con base en los resultados del sondeo realizado por Inmujeres en 2003, se encontró³ que:

³ Los resultados del sondeo realizado por Inmujeres no son representativos a escala nacional, dado que sólo se entrevistaron 178 mujeres. No obstante, muestran gran similitud respecto de las tendencias observadas por Zabudovsky (1998) y de la información recogida por el INEGI en la Encuesta Nacional de Empleo 2000 y en la de 2002 sobre "empleadoras".

- a) La mayoría de las empresas de las mujeres encuestadas se ubica en el sector servicios (41%), seguida por el comercio, restaurantes y hoteles (27%) y en tercer lugar el sector de la industria de la transformación (16%). También se encontraron empresarias de la construcción y



del sector del transporte, almacenamiento y comunicaciones, aunque en éstos con muy poca participación (7%).

En 2008 el diagnóstico de Inmujeres reportó un incremento de participación de empresarias en el sector servicios (48%) y un porcentaje relativamente menor en el sector de comercio e industria (21% y 15% respectivamente).⁴ Como puede observarse, todavía predomina el hecho de que las empresarias participan en actividades consideradas una extensión de las tareas domésticas. No obstante, otros trabajos (como el de Zabudovsky, 2004) documentan una reciente tendencia a la diversificación de las empresas de mujeres más allá de los sectores tradicionales, particularmente en el sector manufacturero.

⁴ Para la realización del diagnóstico efectuado por Inmujeres en 2008, se utilizó un muestreo por conveniencia, por lo que no puede decirse que la muestra resultante sea representativa de la población. Por ello, también se trabajó con el sondeo realizado en 2003 y con los datos del INEGI.

- b) Entre las encuestadas predominan las microempresarias (55%), es decir, aquellas cuyas empresas están constituidas por menos de diez empleados; en seguida están las propietarias de pequeña empresa (39%), y apenas en 6% de los casos se encontró a mujeres con empresas medianas o grandes, esto es, de más de 100 empleos. En 2008 se incrementó significativamente el porcentaje de microempresarias (75%), disminuyó el de pequeña empresa (17%) y se mantuvo sin mucha variación el de mediana empresa (7%). Con respecto a la gran industria, cabe señalar que en la lista de los 100 hombres y mujeres de negocios más importantes en México sólo aparecen dos mujeres (*Expansión*, 2007).⁵
- c) Otro dato relevante es la antigüedad y el origen de las empresas, dado que se ha señalado que las dirigidas por mujeres son

⁵ Cada año la revista *Expansión* dedica un número especial para presentar a los 100 hombres y mujeres de negocios más importantes de México.



efímeras y que no responden a una actitud emprendedora sino que son negocios heredados. Al respecto se encontró que predomina el rango 5 a 10 años de antigüedad en 30% de las empresas y que cuatro de cada cinco fueron fundadas por ellas, mientras que sólo 13.9% fueron heredadas a las empresarias por sus padres.

Destaca el incremento de la participación femenina en el sector empresarial, a pesar de los numerosos obstáculos que enfrentan para lograr el desarrollo de sus actividades económicas. Los estudios de Zabudovsky, (2001), Serna (2003), Inmujeres (2003) y Navarro y Gómez (2006) coinciden en señalar que dichas dificultades están relacionadas con la falta de aceptación de los hombres de sus posiciones de jefatura y su rechazo a participar en áreas no tradicionales, la falta de oportunidades para adiestrarse y capacitarse, su escasa experiencia en la gestión pública, la desconfianza de la comunidad financiera y, por ende, la dificultad para la obtención de créditos para sus empresas.

Mención especial merece el problema del financiamiento porque es un obstáculo que fue reiteradamente señalado en el sondeo realizado por Inmujeres, así como por las empresarias de la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG) que fueron entrevistadas para este trabajo.

El financiamiento de las pequeñas empresas de mujeres

La dificultad para acceder a los créditos de las instituciones financieras es un problema que no sólo

atañe a las mujeres que dirigen empresas sino también a todos los empresarios de pequeños negocios. Es frecuente que los bancos, para otorgar



un préstamo, exijan una serie de requisitos que los pequeños empresarios no pueden cubrir.

No obstante lo anterior, se confirma una mayor desconfianza de las instituciones bancarias hacia las mujeres empresarias por su condición de género. Los datos del sondeo realizado por Inmujeres confirman que las mujeres, por lo general, enfrentan grandes problemas para obtener créditos, así como para establecer o expandir sus negocios. La principal fuente de financiamiento de las empresas de las mujeres es la reinversión de ganancias (cuatro de cada cinco casos) y la segunda son los ahorros personales. En el diagnóstico realizado en 2008 por esta dependencia se encontró que las empresarias reiteraron la problemática que enfrentan en materia de financiamiento. Coincidieron en la necesidad de acompañamiento cuando se obtiene un crédito, la insuficiencia de información, especialmente en localidades alejadas de las capitales de las entidades federativas, la dificultad para cumplir los requisitos que exigen los créditos disponibles en el mercado, la desconfianza acerca de la eficiencia del gobierno para facilitar el acceso al crédito, y las limitaciones procedentes de la condición y posición de las empresarias

Diversos autores —como Zabudovsky (1998), Martínez (2004), Cerda (2008), Guzmán y Rodríguez (2008) y Antón (2010)— coinciden en señalar que las dificultades de acceso a recursos financieros para las empresarias se relacionan con: a) que las empresas de mujeres son de reciente creación, b) se clasifican como microempresas, y c) reciben trato discriminatorio por estar dirigidas por mujeres. Otros autores afirman que “el problema se encuentra en el desconocimiento por parte de las instituciones financieras de la diferente forma de actuar de las mujeres en la ges-



ción, impulso y dinamización de sus empresas, la cual no ha sido considerada una posible ventaja competitiva hasta la fecha reciente” (Koreen, 2000, citado por Guzmán y Rodríguez, 2008: 388).

Por otra parte, la existencia de un trato discriminatorio por parte de las instituciones financieras ha quedado demostrada en diversas investigaciones (Carter y Rosa, 1998; Coleman, 1998, citado por Guzmán y Rodríguez, 2008: 388), cuyos autores han intentado determinar si los banqueros aplican diferentes políticas financieras para los negocios en función del sexo de los empresarios.

Un ejemplo que ilustra la anterior afirmación es el caso de Mariana, una empresaria de Guadalajara fabricante de tortillas de harina. Mariana tramitó un crédito bancario para expandir su negocio y adquirir nueva maquinaria, pero los funcionarios de la institución le comunicaron que a pesar de ser ella la propietaria, tendría que ser su esposo quien lo solicitara.

Otro problema adicional para obtener financiamiento es la negativa de algunas empresarias para solicitar créditos. Trabajos como el de Zabludovsky (1998), Inmujeres (2003) y Cerda (2008) coinciden en esta apreciación. Ulshofer (1995) señala que sus trabajos y los estudios realizados por la OIT han detectado que las empresarias enfatizan su atraso en conocimientos del orden económico y la gestión financiera.

En virtud de lo anterior se han creado algunas organizaciones que participen activamente en el proceso de permitir a las microempresas el acceso a capital. El Banco Interamericano de Desarrollo apoya estas iniciativas. Entre las más conocidas en América Latina se puede mencionar a FINCA, ACCIÓN y la Banca Mundial de Mujeres. Del conjunto de iniciativas destaca la Nueva Alianza Bancaria Global, en la que participan cuatro instituciones



financieras de Australia, Canadá, Irlanda y Estados Unidos. Esta alianza tiene el potencial de expandir varias iniciativas de negocios de mujeres sumamente exitosas —que no sólo incluyen acceso a capital, sino también operación de red y asesoría a mujeres más allá de los países de habla hispana (Weeks y Seiler, 2001: 18). Otra iniciativa es el Fondo de Capital Social para Mercados Emergentes del Sector Femenino. Este fondo lo impulsan y administran dos antiguas ejecutivas del Banco Mundial, está dirigido a empresas orientadas al crecimiento que son propiedad de mujeres, y funciona en todas partes del mundo, incluyendo América Latina (Weeks y Seiler, 2001: 19).

En México se han impulsado programas de apoyo federales y estatales dirigidos a los pequeños productores, y algunos se enfocan especialmente a las empresarias, por mencionar unos de los más importantes a nivel federal: el de Empresas Integradoras, el Programa Nacional de Financiamiento a Microempresario, el Fondo Nacional para Empresas en Solidaridad (FONAES). A escala estatal se pueden señalar casos como Semilla para Crecer, programa de Banmujer en Chiapas; Fojal en Jalisco, etcétera. Pero se ha detectado poca participación de las empresarias en dichas iniciativas. Según datos del diagnóstico de Inmujeres 2008, 75% de las empresarias no han recibido apoyo por parte del gobierno federal. De las que sí han recibido algún apoyo, 24% lo han obtenido de la Secretaría de Economía, tanto a través del FONAES como del resto de sus programas. Entre las empresarias de la ZMG se encontró cierta aversión a los créditos y los engorrosos trámites administrativos para participar en programas de apoyo. Ellas afirman que “están a favor de un crecimiento lento pero seguro de sus empresas”.



Mayor participación en redes y organizaciones de apoyo a la actividad laboral

El incremento de la participación de mujeres en las actividades empresariales no ha ido acompañado de una mayor representatividad de éstas en las organizacio-

nes. Es escasa su representación en el sector privado y en comisiones o grupos de trabajo. Un ejemplo de ello se ilustra en la integración del grupo de asesores de la coordinación empresarial para las negociaciones del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá, en el que sólo participó una mujer entre los 182 representantes de los empresarios de México (Zabludovsky y Avelar, 2001).

En el ámbito de las cámaras empresariales la situación fue similar. La Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (Canacintra) excepcionalmente registró en la gerencia una mujer ejecutiva. En la Confederación de Cámaras de Comercio en pequeño es donde las mujeres representan 20% de los cargos directivos de las 29 cámaras afiliadas (Zabludovsky y Avelar, 2001).

Martínez (2004) afirma que la escasa presencia de mujeres en la dirección de las organizaciones empresariales obedece a dos cuestiones fundamentales: 1) la presencia de empresas dirigidas por mujeres no tiene el peso económico suficiente para que la élite directiva las considere como candidatas potenciales a un puesto de dirección, y 2) las mujeres empresarias no participan activamente, ni muestran interés por hacer política al interior de las cámaras patronales (Martínez, 2004: 454). No obstante, se han realizado numerosos intentos en el país de lograr formas de organización al margen de las tradicionales cámaras empresariales o de iniciativas implementadas por agencias gubernamentales, lo que podría ser un indicio



de que las empresarias están tratando de abrir sus propios espacios de participación y establecer sus redes de trabajo. En Jalisco destacan los casos de la Asociación de Mujeres Jefas de Empresa (AMMJE) y la Federación de Mujeres Profesionistas y de Negocios (Femac). A escala nacional e internacional existen varias iniciativas, que se mencionan a continuación.

Si realizamos un recuento de las iniciativas de participación y de las organizaciones en las que se agrupan las mujeres empresarias, encontramos que la primera de México y América Latina se constituyó en 1948, en Tijuana, Baja California Norte. En 1951 y 1953 se conformaron los clubes de Ensenada y Mexicali, y años más tarde, el 7 de agosto de 1955, surgió la federación nacional con el nombre de Federación de Mujeres Profesionistas y de Negocios (Femac). El Club de Jalisco se fundó hasta el año 2006 y lo presidió la empresaria Eva Avilés Álvarez. Este organismo, además de empresarias, también cuenta con la participación de mujeres profesionistas y del mundo de la política.

La Femac ingresó en 1955 a Business and Professional Women (BPW), un organismo internacional cuyo objetivo es “lograr que las mujeres al-

⁶ Información tomada de www.bpw-mexico.org.mx. La misión y los datos de su fundación que aparecen en los párrafos subsecuentes también fueron consultados en esa misma página de internet.

cancen un status de igualdad y justicia en todos los niveles y áreas de la sociedad, donde las decisiones se tomen en igualdad de oportunidades con el hombre, basado en el respeto mutuo, por un

mundo con mayor equilibrio y paz”.⁶

La misión que se plantea BPW es:

Conseguir altos niveles de servicio en los negocios y las profesiones, estimular y alentar a las mujeres en la comprensión



y aceptación de sus responsabilidades a la comunidad local, nacional e internacionalmente. Trabajar por la igualdad de oportunidades y posiciones para las mujeres en la vida económica, civil y política en todos los países y la eliminación de la discriminación.

La BPW fue instituida en Ginebra, Suiza, en agosto de 1930. Los países fundadores, además de Estados Unidos, fueron Austria, Canadá, Francia, Gran Bretaña e Italia. Existen clubes en todos los continentes, clasificados en cinco regiones: Asia y el Pacífico, Europa, África, América del Norte y América Latina. En la actualidad suman más de 100 los países miembros y se ha convertido en una de las principales organizaciones no gubernamentales que participan en los foros internacionales en asuntos relacionados con alcanzar el estatus de igualdad para las mujeres.

Otra de las organizaciones de mayor antigüedad en el país es la Asociación de Mujeres Empresarias, A. C., filial mexicana del Women's World Banking. Se constituyó en la ciudad de Veracruz, apoyada por la gestión del gobierno de Miguel Alemán Velasco, con el objetivo de promover servicios de crédito y capacitación empresarial a mujeres que están participando en la creación y operación de microempresas. A la fecha ha otorgado más de 700 créditos, apoyada por instituciones como los Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura (FIRA), Banrural, el Banco Interamericano de Desarrollo y la Fundación Miguel Alemán.

En 1965 se fundó en la ciudad de México la Asociación Mexicana de Mujeres Jefas de Empresas (AMMJE), organización no gubernamental, no sectorial y no política ni partidaria; promueve de manera especial “la



solidaridad, la amistad y el entendimiento entre las diferentes culturas y la humanización del comercio local”. Su objetivo es promover el intercambio de información, experiencias y conocimientos entre las empresarias, así como contribuir al desarrollo profesional de habilidades; y su misión es lograr ser públicamente reconocida como órgano de consulta o asesoramiento en todos los asuntos relacionados con la mujer.⁷

Esta organización es filial de Les Femmes Chefs d’Entreprises Mondiales (FCEM), fundada en 1942 y establecida en más de 60 países, y cuenta con alrededor de 50 mil empresarias asociadas. Tiene el estatus de organismo consultivo en la Organización de las Naciones Unidas y el Consejo de Europa, así como representación en la Unión Europea, UNICAD, UNIDO, UNDP, OECD y OIT.

⁷ La misión y objetivos de la AMMJE se tomaron de un tríptico informativo elaborado por la asociación.

En 2006, AMMJE México había creado 26 “capítulos” en diversas regiones del país. AMMJE Zona Occidente, A.C. se conformó en el año 1982, dirigida por Silvia Aguayo.⁸

⁸ En 2007 la dirigente local fue desconocida por la presidenta nacional de la AMMJE.

Una iniciativa más reciente es la que impulsa el Instituto Nacional de las Mujeres (Inmujeres). El 6 de noviembre de 2003 se realizó en la ciudad de México el Primer. Encuentro Nacional de Mujeres Empresarias, organizado por Inmujeres en coordinación con la Secretaría del Trabajo y Previsión Social y la Secretaría de Economía, con la finalidad de propiciar el diálogo entre las instituciones del gobierno federal y las empresas.

El encuentro contó con la presencia de 560 empresarias de diversos giros y sectores provenientes de toda la república mexicana. Los temas de discusión en dicho acto fueron: capacitación y competencias laborales, financiamiento y oportunidades de comercio exterior, y construcción de redes de apoyo para las empresas.



Como resultado de estos esfuerzos se constituyó la Red Nacional de Mujeres Empresarias (RENME), que tiene como objetivos:

- ☐ Lograr condiciones para desarrollar el máximo potencial en términos personales y de negocios para las mujeres.
- ☐ Asesoramiento, capacitación y promoción de nuevas empresarias.
- ☐ Incidir como red en los programas y políticas de gobierno que conciernen a las empresarias.
- ☐ Tener presencia ante las autoridades del gobierno y financieras.
- ☐ Crear alianzas comerciales, financieras, técnicas y de asesoría, con un

beneficio común para las integrantes de la Red.⁹

⁹ La iniciativa RENME ya no se menciona en la página de internet de Inmujeres. En cambio, aparece el Programa de Emprendedoras y Empresarias, se afirma que es un portal que pone a disposición información sobre aspectos encaminados a potenciar la creación, desarrollo y consolidación de las micro, pequeñas y medianas empresas lideradas por mujeres a nivel nacional. Además se habla del programa Estrategias para Favorecer la Competitividad de las Empresas Lideradas por Mujeres, que tiene como objetivo general facilitar la creación, desarrollo y consolidación de empresas competitivas lideradas por mujeres, mediante el trabajo conjunto con organismos públicos, privados y sociales del sector económico.

Finalmente, cabe mencionar que la Cumbre Global de Mujeres realizada en la ciudad de México durante 2005, contó con la presencia de 930 empresarias procedentes de 75 países. En ella se realizaron 21 mesas de trabajo sobre temáticas como: desarrollo de liderazgo, negocios microempresariales, mundo tecnológico, marcas, etcétera.

El objetivo central de la reunión de 2005 fue promover el estatus económico de las empresarias en todo el mundo, en cumplimiento con los compromisos establecidos en la Cuarta Conferencia Mundial de la Mujer realizada en Pekín en 1995 y signada por las Naciones Unidas.

El desarrollo de la Cumbre Global de Mujeres buscó:



- ☐ Promover la participación de las empresarias en el país.
- ☐ Intercambiar experiencias entre empresarias de diferentes países.
- ☐ Fomentar el intercambio de relaciones económicas con empresarias de diferentes naciones.
- ☐ Promover el trabajo en materia económica del gobierno federal y de las empresarias de México.
- ☐ Abrir el espacio para la discusión y asistencia técnica en materia empresarial.

En las mesas de discusión, donde participaron ministras, legisladoras y vicepresidentas de algunos países, se coincidió en la responsabilidad de incidir de manera directa en la adopción de políticas públicas para que las empresarias tengan dirección femenina y de esa manera se inserten en los mercados económicos de las naciones y en la economía global.

Las iniciativas mencionadas dan cuenta de diversos intentos por buscar alternativas de agrupación; queda aún pendiente la tarea de estudiar dichas organizaciones. Sería interesante analizar si adolecen de los mismos problemas que las asociaciones tradicionales de empresarios, cuya falta de democracia llevó a la modificación de la Ley de Cámaras que hacía obligatoria la afiliación de los empresarios a dichas instancias, así como a la crisis del Consejo Coordinador Empresarial (CCE), una de las más importantes organizaciones patronales en México.

También, sería relevante reflexionar sobre los objetivos, misión y visión que se plantean las organizaciones de empresarias en comparación con las cámaras que desde su fundación estuvieron dirigidas por varones.



Cabe señalar que el estudio de las empresarias de la ZMG es un interesante caso en donde se podría analizar dicho fenómeno ya que, por una parte, se han vuelto visibles, se han agrupado para abrir espacios de discusión, buscar asesoramiento y capacitación, pero sus organizaciones no han estado exentas de conflictos, lo que finalmente propició la división entre los agrupamientos.

Nuevo perfil de las empresarias

La integración al mercado de trabajo, la participación creciente en la educación, el control de las funciones reproductivas por el uso de los anticonceptivos y los procesos de modernización sociocultural coadyuvaron al quiebre de las concepciones tradicionales sobre la feminidad. La perspectiva de género ha dinamizado valores y normas que limitaban la condición de persona de la mujer, posibilitando socialmente la conformación de nuevas identidades femeninas (Martínez, 2004: 469). La tendencia al incremento de mujeres en los negocios y a su mayor participación en redes u organismos de apoyo a su actividad laboral, y el surgimiento de un nuevo perfil de mujeres empresarias responden en parte a estas transformaciones.

La participación de mujeres en los negocios data de muchos años atrás, pero el perfil, las razones para iniciarse en dicha actividad, así como la manera de manejar sus empresas, dista mucho de semejarse a las empresarias de aquella época. El estudio realizado por Arias (2001) es pionero en esta discusión.

Arias, en un estudio aplicado a mujeres de regiones semiurbanas de México, distingue dos tipos de empresarias, a las que denomina “mujeres en negocios” y “mujeres de negocios”, y establece cinco diferencias



entre éstas. Las mujeres de la primera generación, a las que llama “mujeres en negocios”, tendían a realizarlos dentro de sus domicilios, se iniciaban en las actividades económicas como una condición derivada de su situación como jefas de hogar, disfrutaban de una alta consideración en sus localidades y mantenían dos comportamientos sociales muy tradicionales: el número de hijos y la residencia, y tendían a dejar sus negocios en manos masculinas. En contraparte, las actuales “mujeres de negocios” prefieren separación física entre casa y negocio, negocian con sus cónyuges el número de hijos, son personajes socialmente controvertidos en sus comunidades y no declinan el manejo de sus negocios a los varones (Arias, 2001).

En otros países también se han desarrollado tipologías para diferenciar a las mujeres que participan en negocios. Goffee y Scase (1985, citados por Serna, 2003), en su estudio sobre empresarias de Gran Bretaña, plantean la formación de tipologías para agrupar a las empresarias en función de dos aspectos: el apego a los ideales empresariales y, en confrontación con éste, el apego a los papeles convencionales de género.

Las autoras denominaron “innovadoras” a aquellas empresarias con elevado nivel de compromiso hacia el desempeño de su actividad empresarial y con un rechazo total al papel que tradicionalmente se asigna a la mujer en la sociedad. Otro tipo eran las “mujeres de negocios convencionales”, quienes mostraron un alto o gran compromiso hacia su actividad y un interés por desempeñar su papel tradicional de madre-esposa. Este grupo se definía como de negociantes y se había incorporado a la actividad independiente para completar el ingreso familiar, o generar uno cuando carecían de él. Finalmente, a otro tipo lo denominaron “negociantes



domésticas”, e incluía a aquellas mujeres con un elevado compromiso hacia el hogar y que se iniciaban en los negocios cuando las demandas de los hijos habían disminuido (Goffee y Scase, citados por Serna, 2003: 58-59).

Como puede observarse, el concepto de empresaria es variado; de hecho, no hay acuerdo ni siquiera respecto del número de trabajadores que deben emplear para considerarla empresaria. Por ejemplo, para Zabłudovsky (2001), empresaria es aquella mujer que es propietaria y que además contrata por lo menos un trabajador asalariado dentro de su negocio. Mientras que para Arias (2001) son aquellas que han encabezado o compartido la dirección de negocios estables, a los que han dedicado más de cinco horas al día y que emplean de manera regular más de cinco trabajadores o trabajadoras asalariadas. Estas mujeres han desempeñado en su momento histórico y en sus sociedades respectivas, funciones económicas distintas de las tradicionales, que han resultado innovadoras y dirigentes de negocios de variada índole o magnitud, pero que van más allá del trabajo individual y de la estrategia de supervivencia.

La dificultad radica en que dentro de las ciencias sociales tampoco existe un acuerdo de lo que debe entenderse por el término “empresarial”. Mientras que algunos autores tienden a asociar su definición con elementos más estructurales —como son las actividades de pequeño negocio—, otros lo asocian con grupos de patrones de comportamiento y propensiones psicológicas tales como la capacidad de innovación, la voluntad para afrontar riesgos, la motivación para la ganancia y la capacidad en la toma de decisiones (Berger, 1992). Éste último es el caso de Schumpeter, para quien los empresarios son sujetos que demuestran su



habilidad en aquellas cosas que deben ser decididas y resueltas, son conductores de grupos o líderes y deben ser intuitivos e innovadores.

Serna (2003), en una posición más cercana al perfil schumpeteriano de empresario, pone énfasis en las aptitudes y habilidades. Entiende por empresarias aquellas mujeres que encabezan la dirección de un negocio, innovadoras en la medida en que toman riesgos y que hacen uso de recursos sociales y económicos que les proporcionan las relaciones de su grupo de interacción para iniciar y mantener su empresa. También considera que una empresaria puede ser tan diversa como diversos son los contextos sociales y económicos en los que participa.

En el intento de construir un perfil sobre quiénes son las empresarias, se han desarrollado muchos estereotipos y mitos. Menzies (en Menzies *et al.*, 2004), en un estudio realizado a mujeres canadienses, polemiza sobre los mitos relacionados con las empresarias cuando afirman que: 1) no quieren su propio negocio formal, 2) no tienen educación o experiencia para manejarlo, 3) carecen de redes convenientes, 4) no tienen apoyo financiero, 5) no se someten a planes de negocio, 6) no están en industrias que los capitalistas de empresa encuentran atractivas, y 7) no constituyen una fuerza en la industria de capital empresarial.

Las conclusiones de esta autora debaten con cinco de estas premisas. Demostró que tanto los varones como las mujeres de negocios tienen niveles de educación similares y no se registran diferencias significativas en la experiencia laboral. Ambos géneros cuentan con redes de apoyo y tienen la misma posibilidad de conseguir financiamiento para abrir sus negocios. En cuanto al futuro tamaño de éstos y su autoimagen como empresarios, reporta semejanzas entre ambos sexos y que tanto las em-



presarias como los empresarios tienen la capacidad para diseñar un plan de negocios.

Algunos de los aspectos en los que detectó diferencias entre los sexos son: los empresarios varones participaban más que las mujeres en negocios de alta tecnología, y las empresarias iniciaban su negocio en sociedad en un porcentaje trece puntos más alto que los varones (Menzies, en Menzies *et al.*, 2004).

Con los hallazgos de esta autora no podríamos concluir que no existen mayores obstáculos para el desarrollo de la actividad empresarial de las mujeres que de los varones; de hecho, una de las líneas de investigación más desarrolladas es precisamente sobre la manera en que se construyen y operan las relaciones de género de las empresarias y la forma en que éstas tienden a colocarlas en posiciones de desventaja frente a sus colegas hombres.

Estudios realizados por el Center for Creative Leadership (Centro para el Liderazgo Creativo) de Greensboro, en Carolina del Norte, y por la Glass Ceiling Commission (Comisión del Techo de Cristal) del Departamento del Trabajo de Estados Unidos, identificaron tres tipos de obstáculos que afectan el desarrollo de la actividad laboral de las mujeres: 1) barreras sociales: relacionadas con las oportunidades y logros de educación, con las diferencias que se manifiestan en estereotipos conscientes o inconscientes, así como la parcialidad y los prejuicios relacionados con el sexo, raza y etnia; 2) barreras estructurales internas: que son las que se producen dentro de la empresa con las prácticas de reclutamiento que no dan oportunidad a las mujeres y a las minorías, y 3) barreras gubernamentales: resultantes de la falta de aplicación de la ley, de la falta de accesibilidad a



datos relacionados con el empleo y las barreras de “techo de cristal”.¹⁰

¹⁰ Se llama “techo de cristal” al conjunto de normas no escritas o que están presentes en la cultura de la empresa y que impiden el acceso de las mujeres a la cúspide (Martínez, 2004: 447).

Para Martínez (2001), las mujeres en lo general compiten en desventaja con sus pares varones principalmente por tres cuestiones: 1) en el plano personal tienen que tomar decisiones importantes en el transcurso de su ciclo de vida, donde el trabajo y la familia aparecen como ámbitos antagónicos; 2) en cuanto a la organización, suele considerarse que las mujeres conceden mayor prioridad a la familia sobre el trabajo, por lo que probablemente no dedican a la empresa el tiempo que exige, y 3) las mujeres que deciden lograr éxito profesional requieren adecuar sus horarios laborales con las actividades del hogar, lo que significa una doble carga (Martínez, 2001).

En esta línea de trabajo, Serna (2003) se plantea analizar las razones que conducen a que las mujeres con responsabilidades hogareñas participen en actividades de tipo empresarial, y el efecto que esta ocupación tiene tanto en la unidad doméstica como en la unidad económica. Serna se centra en las dificultades que enfrenta la mujer para emprender un negocio, al desempeñar una actividad que tradicionalmente se concibe como masculina y realizar diversas funciones de manera simultánea como empresaria, esposa y madre.

Un estudio realizado por Moulton y Anderson (2005) a mujeres empresarias de Escocia intenta descubrir si las empresarias maduras enfrentan los mismos problemas de género que sus contrapartes jóvenes. Los autores concluyen que las empresarias maduras fueron motivadas para emprender su propia empresa por “pull factors” (incentivos), independencia, satisfacción laboral, autoestima o deseo de obtener mayor estatus; mien-



tras que las jóvenes, por “push factors” (elementos de necesidad), como falta de trabajo, ingresos insuficientes o la necesidad de equilibrar responsabilidades familiares con las laborales. Por lo anterior, afirman que existe una continuidad en los impactos del género en la actividad empresarial.

La gran cantidad de obstáculos que han tenido que superar estas mujeres para estar al frente de sus negocios contribuye de manera indudable a transformar su perfil y desarrollar una autoimagen positiva de sí mismas.

En un estudio que realizó, Zabluodovsky (2001) encontró que las mujeres empresarias pudieron detectar fácilmente sus virtudes y cualidades, pero se negaron a aceptar sus propias limitaciones. 96% de las entrevistadas manifestaron que creían poseer las características necesarias para ser exitosas en su lugar de trabajo, y entre sus virtudes mencionaron la perseverancia, tenacidad y fuerza de trabajo.

Así pues, al margen de estereotipos y mitos contruidos alrededor de estas mujeres, entre las empresarias de la ZMG se detectan cambios caracterizados principalmente por: un mayor sentido de seguridad y una autoimagen positiva, más control sobre ingresos económicos, mayor poder en la toma de decisiones en el hogar y un creciente interés por participar en grupos, asociaciones y redes. Será importante contrastar si estas características propias de empresarias de negocios exitosos también se ajustan al perfil de las microempresarias, que son las que predominan en la ZMG.

Conclusiones

En este trabajo se pretende establecer y documentar las nuevas tendencias que se presentan en la actividad empresarial: la mayor participación de mujeres, su creciente interés por participar en



organizaciones de apoyo a su actividad laboral y el surgimiento de un nuevo perfil de la mujer empresaria. Si bien la investigación tiene el objetivo de documentar estas tendencias para el caso de México y particularmente para la ZMG, la revisión documental que se realizó acerca de las experiencias en otros países muestra ciertas semejanzas con el caso mexicano en lo que a estos hallazgos se refiere, como se menciona a continuación.

En las últimas tres décadas la participación de las mujeres en la actividad empresarial se ha incrementado de manera notable; aunque el fenómeno es más relevante en países desarrollados, las naciones latinoamericanas, entre ellas México, no son excepción. No obstante, cabe señalar que estas empresarias continúan integrándose en condiciones de desventaja que limitan su acceso a las oportunidades de desarrollo económico en igualdad de condiciones que los varones.

Las empresarias por varios años desempeñaron actividades consideradas tradicionalmente como femeninas y que pertenecen al sector terciario de la economía: educación, comercio y servicios; no obstante, presentan una reciente tendencia a incorporarse en sectores manufactureros.

Entre las empresas dirigidas por mujeres predominan las micro y pequeñas industrias; esta característica de sus negocios se ha convertido en un obstáculo para obtener financiamiento de parte de las instituciones de crédito. Otro problema adicional es la negativa de algunas de ellas para solicitarlo. Es de destacar que el incremento de mujeres en la actividad empresarial se realiza a pesar de los obstáculos financieros, la dificultad para conciliar su rol de empresarias con el de esposas o madres y la falta



de aceptación de los hombres de sus posiciones de jefatura, entre otros factores.

Ahora bien, pese a que en distintos trabajos se ha documentado la mayor participación de mujeres en posiciones de poder, también se ha demostrado cómo a medida que se asciende en la pirámide organizacional, su presencia disminuye. En el caso de la iniciativa privada se encontró que el incremento femenino en la actividad empresarial no se ha visto reflejado en una mayor participación de las mujeres en la dirección de las organizaciones tradicionales del sector. No obstante, se detecta una tendencia a la búsqueda de organizaciones no gubernamentales de apoyo a su actividad laboral con el enfoque de reivindicación de género, así como su incorporación a ellas.

La incorporación a redes y agrupaciones, la toma de decisiones en el manejo de su negocio y en el ámbito de su unidad doméstica, la negociación y planificación sobre el número de hijos y el tiempo para tenerlos, mayor sentido de seguridad en sí mismas, la tenacidad y perseverancia en sus actividades laborales, son algunos de los rasgos que caracterizan el nuevo perfil de las mujeres que se incorporan al mundo de los negocios.

Bibliografía

ANTÓN GARCÍA, Begoña del Pilar y Martha Angélica PEÑA CENICEROS. *Discriminación por género en el ámbito empresarial*. México, Conapred (Colección de Estudios 2009), 2010.



- ARIAS, Patricia. "Mujeres en los negocios y mujeres de negocios", en Dalia BARRERA BASOLS (comp.), *Empresarias y ejecutivas mujeres con poder*. México, El Colegio de México, 2001.
- BENNETT, Rebekah y Susan DANN. "The Changing Experience of Australian Female Entrepreneurs", *Gender, Work and Organization*, vol. 7, núm. 2. Blackwell Publishers, abril de 2000.
- BERGER, Brigitte (comp.). *La cultura empresarial*. Gernika, 1992.
- CERDA CRISTERNA, Aída. *Diagnóstico sobre la situación de las empresarias*. México, Dirección General de Promoción y Enlace-Dirección de Desarrollo Sustentable-Inmujeres, 2008. Disponible en <http://empresarias.inmujeres.gob.mx/docs/diagnostico.pdf>. Consultado el 17 de septiembre de 2010.
- GARCÍA, Brígida y Orlandina DE OLIVEIRA. *Trabajo femenino y vida familiar en México*. México, El Colegio de México, 1994.
- GRABINSKY, Salo y Gina ZABLUDOVSKY. *Mujeres, empresas y familias*. México, Del Verbo Emprender, 2001.
- GUZMÁN CUEVAS, Joaquín y Ma. José RODRÍGUEZ GUTIÉRREZ. "Comportamiento de las mujeres empresarias: una visión global", *Revista Economía Mundial*, núm. 18, pp. 381-392. España, Universidad de Huelva, 2008.
- INEGI. *Mujeres y hombres*. México, 2002.
- . XII Censo General de Población y Vivienda. México, 2000.
- MARTÍNEZ VÁZQUEZ, Griselda. "Ejecutivas: una nueva presencia en los espacios de poder", en Dalia BARRERA BASOLS (comp.), *Empresarias y ejecutivas mujeres con poder*. México, El Colegio de México, 2001.

- “Empresarias y ejecutivas: referencias organizacionales y ejercicio de poder”, en Sara Elena PÉREZ-GIL ROMO y Patricia RAVELO BLANCAS (coords.), *Voces disidentes. Debates contemporáneos en los estudios de género*. México, Porrúa, 2004.
- MENZÍES, T., M. DIOCHON y Y. GASSE. “Examining Venture Related Myths Concerning Women Entrepreneurs”, *Journal of Developmental Entrepreneurship*, vol. 9, núm. 2, 2004, pp. 89-97.
- MOULT, Susan y Alistair R. ANDERSON. “Enterprising Women: Gender and Maturity in New Venture Creation and Development”, *Journal of Enterprising Culture*, vol. 13, núm. 3, septiembre de 2005, pp. 255-271.
- NAVARRO CASTRO, Gloria Nerty y Rosalinda GÓMEZ GASTÉLUM. *Mujeres: factor de cambio. Ejecutivas y empresarias sinaloenses*. Sinaloa, Universidad Autónoma de Sinaloa, 2006.
- ROMO ROJAS, Laura et al. “Características y competencias de las mujeres empresarias”, *Gaceta ideas*, año 2, núm. 23. CONCYTEG, julio de 2007. Secretaría de Economía. Programa para la Integración de las Mujeres en la Economía. México, 2003.
- Programa de Desarrollo Empresarial 2001-2006. México, 2001.
- SERNA, María Guadalupe. “Aquí no hay seguro contra la crisis”, *Empresarias, empresas y hogares en dos zonas metropolitanas de México*. México, CIESAS/Instituto Mora, 2003.
- ULSHOFER, P. “Logros y dificultades para mujeres empresarias y ejecutivas en América Latina. La experiencia de la oit”. Santiago, 1995. Meca-
noescrito.



WEEKS, Julie R y Danielle SEILER. *Actividad empresarial de la mujer en América Latina. Una exploración del conocimiento actual*. Washington, Banco Interamericano de Desarrollo, Departamento de Desarrollo Sostenible, 2001.

ZABLUDOVSKY, Gina. "Participación empresarial de las mujeres en México: tendencias", en Rosalba TODAZO y Regina RODRÍGUEZ (eds.), *El género en la economía*. Chile, Centro de Estudios de la Mujer/Isis Internacional, 2001.

—— "Las empresarias, sus familias y sociedades", *El mercado de valores*, año LXII, núm. 2. México, Nacional Financiera, 2002.

—— "Género y poder. La participación de las mujeres en las élites políticas y económicas", *Trayectorias*, año VI, núm. 15. Universidad Autónoma de Nuevo León, mayo-agosto de 2004.

—— y Sonia AVELAR. *Empresarias y ejecutivas en México y Brasil*. México, Miguel Ángel Porrúa/UNAM, 2001.

Sitios y documentos en internet:

www.bpw-mexico.org.mx/

www.inmujeres.gob.mx

www.aseme.es/

www.mujertotal.com