



“Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo”

Diagnóstico sobre las causas que llevarían al fracaso (cierre) a las empresas fundadas por mujeres de la Ciudad de México.



“Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo”

INTRODUCCIÓN	3
OBJETIVOS	4
JUSTIFICACIÓN/ MARCO CONCEPTUAL.....	5
METODOLOGÍA.....	18
SISTEMATIZACIÓN DE RESULTADOS.....	25
ANÁLISIS DE RESULTADOS	30
CONCLUSIONES.....	32
RECOMENDACIONES	33
BIBLIOGRAFÍA	35

“Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo”

INTRODUCCIÓN

En este año de 2016 el Instituto de las Mujeres de la CDMX integró un grupo de trabajo con el objetivo de diseñar una estrategia integral para fortalecer el empoderamiento y la autonomía económica de las mujeres con perspectiva de género y derechos humanos, la cual se encuentra plasmada en el Programa Integral de Empoderamiento y Autonomía Económica de las Mujeres de la Ciudad de México (PIEAM) que ha sido elaborado por ese grupo de trabajo y se encuentra actualmente en revisión para su formalización.

Como resultado de las consultas realizadas en el marco del diseño del PIEAM se identificó que las mujeres de la CDMX ubican a las microempresas como una opción económica que les permite generar ingresos en un marco de flexibilidad horaria compatible con las actividades domésticas y de cuidados que la mayoría de ellas realiza. Sin embargo, una proporción importante de empresas formadas por mujeres cierra antes de consolidarse como opciones productivas sustentables. Según datos del INEGI 75% de las empresas pequeñas y medianas cierran antes de cumplir dos años de vida. En este escenario, con la finalidad de fortalecer el PIEAM así como las acciones que actualmente realiza el Inmujeres CDMX para el empoderamiento y autonomía económica de las mujeres, se precisa elaborar el presente *Diagnóstico sobre las causas que llevarían al fracaso (cierre) a las empresas fundadas por mujeres de la Ciudad de México*, cuyo proyecto general se presenta a continuación y el cual está integrado por los objetivos, la metodología, la ruta de trabajo y los productos que se generarán en el proceso de elaboración del Diagnóstico.

“Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo”

OBJETIVOS

Los objetivos que guiarán el desarrollo del diagnóstico son los siguientes:

Objetivo General:

Indagar sobre las causas más comunes de fracaso de empresas fundadas y lideradas por mujeres que habitan en la Ciudad de México.

Objetivos específicos:

- 1) Identificar las principales causas de fracaso de empresas establecidas por mujeres.
- 2) Identificar en cuál etapa fracasan la mayoría de las empresas.
- 3) Identificar las fuentes de financiamiento
- 4) Identificar buenas y malas prácticas en el proceso de cierre de las empresas
- 5) Identificar áreas de oportunidad que eviten el cierre y fortalezcan el desarrollo de las empresas.

“Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo”

JUSTIFICACIÓN/ MARCO CONCEPTUAL

¿A QUÉ SE ENFRENTAN LAS MUJERES EMPRESARIAS?

El presente apartado tiene el objetivo de plasmar, desde un marco teórico de género, los factores asociados a los mandatos y desigualdades de género que enfrentan las mujeres y que obstaculizan el desarrollo pleno de sus capacidades, en específico las necesarias para desenvolverse y competir exitosamente en el ámbito empresarial. Para lograr dicho objetivo utilizaremos conceptos como: división sexual del trabajo, naturalización de la maternidad, trabajo doméstico y de cuidados, doble y triple jornada de trabajo, estereotipos de mujeres trabajadoras y empresarias, empoderamiento económico y discriminación. Se trata de identificar los aspectos por los que se condiciona y en muchas ocasiones se determina el fracaso de esas empresas de mujeres, sólo por el hecho de ser mujeres.

- DIVISIÓN SEXUAL DEL TRABAJO.

En la construcción teórica de la definición del *progreso* en la sociedad, con implicaciones en la economía, está presente el concepto de *especialización* que puede ser definido de manera sencilla como “cumplir cabalmente una función específica de manera útil”¹ (Durkheim: 1967, p. 50), dentro de la organización social, la *división sexual del trabajo* ha formado parte fundamental de la especialización, definiendo en gran medida las actividades y el papel asignado a las mujeres y los hombres. Durkheim afirma que la solidaridad de un matrimonio corresponde a que cada participante realiza de manera cabal el trabajo asignado a

¹ Emile Durkheim (1858-1917), fundador de la sociología moderna, forma parte del paradigma de la modernización, que ubica como elemento fundamental para el progreso de una sociedad, la división del trabajo y específicamente la división sexual del trabajo.

“Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo”

su sexo; los hombres un trabajo fuera de casa que les permite mantener a su familia, mientras que las mujeres se dedican al cuidado y sostén de las hijas e hijos engendrados, así como el de su hogar.

La modernización de la sociedad y el *progreso* asociado a ella también estuvo ligada al desarrollo industrial, que a partir del siglo XIX requirió de un mercado de trabajo más especializado, donde las diferencias entre lo público y privado se hicieron más evidentes. La principal responsabilidad de las mujeres al ser encargadas de la reproducción humana era la del cuidado de sus descendientes, esta concepción está ligada a la naturalización de la maternidad que se conceptualiza como *instinto* que sólo es otorgado a las mismas.

Feministas como Heidi Hartman² afirman que el estatus social actual de las mujeres se explica en la división sexual del trabajo; existen posiciones que afirman que en la historia de la humanidad la división del trabajo por sexos ha sido una constante, pero que existieron periodos en los cuales esta división no necesariamente fue jerárquica. Hartman cuestiona cómo una división sexual del trabajo menos igualitaria y jerárquica se ha extendido hasta el periodo moderno. Ella refiere estudios antropológicos que sugieren que “la estratificación sexual, se dio junto con el aumento de la productividad, la especialización y la complejidad creciente de la sociedad” (Abasolo: 2012, p. 40). Según Hartman, los hombres al estar más tiempo en espacios públicos y situarse como cabeza de familia e insertos en unidades de producción se posicionaron como intermediarios, es decir el conducto directo entre la sociedad y los miembros de las unidades de producción y de las propias familias. Este papel, les permitió tener mayores posibilidades de desarrollar estructuras organizativas apoyadas por el Estado y la Iglesia.

² Heidi Hartman “Capitalismo, patriarcado y segregación de los empleos por sexo” en Cristina Borderías Cristina Carrasco y Carmen Alemany (compiladoras), Las mujeres y el trabajo. Rupturas conceptuales, Fuhem/Icaria, Madrid/Barcelona, 1994.

“Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo”

Cuando la organización capitalista de la industria surge, los hombres para desempeñar sus labores salen del hogar y todo gira alrededor de la salida y llegada del varón que recibe un salario para cubrir las necesidades de él y los miembros de su familia; parece entonces que las mujeres e hijos que se quedan, esperan y dependen del hombre para sobrevivir³. Desde la conformación de esta dinámica, la importancia relativa del ámbito dominado por los hombres crece y aumenta la subordinación de las mujeres. En el caso de las mujeres que se incorporan al mercado laboral, lo hacen desde una posición limitada por el patriarcado y el capitalismo, las estructuras ya están formadas jerárquicamente y la posición “natural” de ellas no es el trabajo sino el hogar. (Abasolo: 2012).

En 1760 con el surgimiento del movimiento tecnológico conocido como la revolución industrial se transforman los procesos productivos y la organización laboral con la especialización del trabajo y la creación de mercados con gran cantidad de productos similares, lo cual tiene impactos en la organización de las ciudades y en la profundización de la división sexual del trabajo y de la jerarquización del papel que desempeñan los hombres por sobre el trabajo de las mujeres, con efectos que permanecen hasta ahora.

A pesar de los distintos movimientos feministas, de las transformaciones económicas, políticas y sociales ocurridas en el mundo, la participación de la mujer en el ámbito laboral sigue siendo desigual, con roles y estereotipos de género que aún permanecen. En 1995 la tasa mundial de participación laboral femenina fue de 52.4 por ciento, veinte años después (2015) la tasa fue de 49.6 por ciento (OIT: 2016, p.3), según el reporte de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) *Las mujeres en el trabajo 2016*; en su resumen ejecutivo se

³ En una sociedad nómada aunque los hombres también salían, a cazar, solo era un complemento de lo que las mujeres debían procesar como alimentos, además ellas recogían hierbas y frutos que complementaban la alimentación. En el capitalismo, los productos se adquieren en mercados y para obtenerlos es necesario el ingreso que los maridos aportan y aunque la elaboración representa un trabajo este no se realiza en el mercado capitalista, analizándolo solo en el caso de los alimentos.

“Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo”

describen algunas causas del porqué la reducción de la participación femenina, que más adelante se abordarán. Una de ellas sigue siendo, como factor de desigualdad, la responsabilidad *generalizada* en el trabajo de cuidado; por lo que si una mujer desea incorporarse al mercado laboral, deberá garantizar previamente, la organización familiar como condición.

- MUJERES EN EL ÁMBITO PRODUCTIVO DE MERCADO.

Producto de la división sexual del trabajo y la consiguiente jerarquización de género, las mujeres se enfrentan a un mercado laboral segregado, limitado, competitivo y por ello precarizado; esto ocasiona que sea más susceptible, respecto del de los hombres, a las crisis económicas y consiguientemente al desempleo; adicionalmente, el mercado laboral presenta importantes desigualdades y discriminación por razones de género y sexo lo cual resulta en menores salarios para las mujeres, pocas posibilidades de escalafón, mayores dificultades para lograr niveles jerárquicos similares a los hombres.

Adicionalmente, la división sexual del trabajo enfrenta a las mujeres a mandatos de género que condicionan su incorporación al ámbito productivo, lo cual impacta en su estabilidad económica y con ello determina su desarrollo; especialmente grave es para aquellas mujeres que cruzan por periodos de mayores requerimientos económicos, institucionales e incluso de salud, como son el embarazo, maternidad y vejez. Dicha situación las ubica en posiciones sociales más propensas a sufrir pobreza. Es decir, su condición de género determina su inserción en el mercado productivo y laboral.

Otra circunstancia que sitúa a las mujeres en una posición de desventaja es la dificultad que enfrentan para poseer un patrimonio propio que les permita adquirir medios para lograr otros ingresos o una base para acceder a financiamiento; dicha

“Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo”

circunstancia está muy ligada a uno de los principales obstáculos que deben superar las mujeres empresarias, que se analizará en el siguiente apartado.

A continuación se especifican condiciones que determinan a las mujeres y que causan efectos negativos en su inserción al mercado. Los apartados indican condicionantes mientras que los incisos los efectos que provocan dichas condicionantes.

1. Las mujeres dedican una buena parte de su tiempo en actividades no remuneradas;

Tiempo dedicado al cuidado de niñas/os, ancianas/os o personas enfermas así como actividades domésticas que no representan ningún ingreso para ellas y que ocupan una buena parte de sus vidas; actividades que si se registraran en el producto interno bruto (PIB) de un país, implicarían incrementos en el valor de la producción.

a. Muchas mujeres realizan trabajos de tiempo parcial e interrupciones a lo largo de su vida laboral que vulnera sus oportunidades de empleo. Precisamente por la división sexual del trabajo, las mujeres se enfrentan a trabajos con horarios parciales de menor incidencia y presencia, acotados, que representan pocas oportunidades de ascenso y bajos niveles de ingreso. Las interrupciones por embarazos y cuidados de menores reducen la oportunidad de incorporación al mercado laboral, lo cual aumenta la posibilidad de mayor riesgo de pobreza en etapas de edad avanzada.

2. Las mujeres que enfrentan jornadas laborales de tiempo completo no pueden desligarse de las actividades domésticas y de cuidado.

“Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo”

Esta situación provoca doble o tripe jornada laboral que en muchas ocasiones repercuten en la salud de las mujeres que presentan enfermedades físicas y/o psicológicas originando gastos en atención médica y/o medicamentos, faltas provocadas por la misma situación, baja productividad y eficiencia que ponen en riesgo su estabilidad laboral.

- a. *El requisito de tiempo que enfrentan las mujeres las supedita a emplearse en trabajos informales.* Que las ubican a menores oportunidades de acceso a la protección social y menores posibilidades para generar esquemas de jubilación y pensión que las protejan durante la vejez.
- b. *Las mujeres tienen más probabilidades de estar desempleadas.* En 2015 mientras los hombres tuvieron una tasa de desempleo mundial del 5.5 por ciento, las mujeres enfrentaron el 6.2 por ciento (OTI: 2016, p. 4).

3. Una buena parte de la población femenina es empleada en mercados laborales que continúan reproduciendo roles de género. Por lo que dichos mercados son segregados y en muchas ocasiones precarizados.

Existen ámbitos del mercado laboral en los cuales las mujeres están sobre representadas por abarcar actividades asociadas a su rol de género, los cuales además suelen ser menos remunerados. Grupos como trabajadoras administrativas, de servicios y comercio son caracterizados por ser poco remunerados. En otras actividades laborales que implican una mayor profesionalización, como educadoras a nivel maternal, preescolar, escolar y profesional, médicas, también se identifican importantes desigualdades salariales

“Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo”

producto de estereotipos de género que sobrevaloran el trabajo masculino y ubican a los hombres como proveedores principales.

“En los países de ingresos medios altos, más de una tercera parte de las mujeres están empleadas en los servicios de comercio mayorista y minorista (33,9 por ciento) y en el sector manufacturero (12,4 por ciento). En los países de altos ingresos, la principal fuente de empleo para las mujeres es el sector de la salud y la educación, que emplea a casi una tercera parte de todas las mujeres en el mercado laboral (30,6 por ciento). La agricultura sigue siendo la fuente más importante de empleo para las mujeres en los países de bajos ingresos y de ingresos medios bajos.” (OIT: 2016, p. 6)

- a. *Las mujeres reciben menores salarios que los hombres, aun cuando realicen las mismas actividades y en algunas ocasiones a pesar del mismo o mayor nivel educativo.* “En los países de la OCDE, la brecha salarial entre los géneros definida como la diferencia entre la mediana de los salarios de los hombres y las mujeres dividida por la mediana del salario de los hombres, se estima en 16% (OCDE: 2012)” (Elborgh-Woytek, Katrin: 2012, p.11). Esta situación se justifica por los estereotipos de género que presentan al sueldo de las mujeres como complemento del ingreso, representado por el hombre. Dicho estereotipo se nutre de la imagen de familias con dos integrantes principales, uno como él proveedor primordial y el otro, la mujer compartiendo su función principal, el cuidado de hijas/os y las labores domésticas, con un trabajo remunerado que aporta de manera *adicional* al ingreso familiar. Esta figura muestra sociedades homogéneas contrarias a lo que la realidad revela, distintos tipos de familias: unifamiliares con mujeres jefas de familias en muchos casos; familias ampliadas, donde abuelas/os participan, si pueden, en el cuidado de los

“Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo”

menores; así como familias complementarias donde distintos integrantes de otras familias se vinculan para formar una nueva.

- **DESVENTAJAS DE GÉNERO DE LAS MUJERES EMPRESARIAS.**

Experiencias recogidas de algunas empresas dirigidas por mujeres, indican que así como en el mercado laboral aún existen brechas de género; en la creación y mantenimiento de empresas comandadas por mujeres se presentan importantes desigualdades de género. Una de ellas, es el número de empresas representadas por las mismas; “por ejemplo, de 2008 a 2012, la proporción de mujeres al frente de las 500 empresas en la lista de Standard and Poor se mantuvo en 4 por ciento. En los 27 países de la Unión Europea, solamente el 25% de las empresas que emplean personal son de propiedad de mujeres” (Elborgh: 2013, p. 12). La diferencia en la posesión de empresas en manos de mujeres frente a hombres muestra más que la dificultad, la carga de género que padecen las empresarias.

Resalta que en promedio, las empresas propiedad de las mujeres son de menor tamaño que las de los hombres, contratan menos mano de obra y capital, tienen bajos niveles de productividad, se enfrentan a problemas de financiamiento institucional y carecen de redes de apoyo, por lo que registran pequeñas ganancias o dificultades para su sostenibilidad. La mayor parte de estas empresas se dedican al sector servicios, reproduciendo labores asignadas regularmente a las mujeres: restaurantes, hoteles, servicios personales, educación. Las mujeres, a pesar de que pueden tener más estudios que los hombres, tienen menor nivel de formación específica para realizar actividades empresariales y acceden a la carrera empresarial con menos experiencia laboral que los hombres, lo que dificulta el desarrollo de la empresa (Rodríguez: 2008).

La información indica que las mujeres que eligen ser empresarias consideran la poca flexibilidad en el tiempo laboral que ofrecen los mercados, la falta de

“Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo”

empleos formales y algunas más, la posibilidad de conciliar trabajo y familia; en otras ocasiones, el camino empresarial se inicia al hacerse cargo del negocio familiar.

Las aspiraciones de las mujeres que deciden ser empresarias son diferentes al de los hombres. En 2008 se realizó una encuesta en España a jóvenes estudiantes de administración empresarial (Rodríguez: 2008) se identificó que una parte importante de mujeres tenían como objetivo, al finalizar sus estudios, obtener trabajos asalariados o desempeñarse como profesionista independiente (59.7 por ciento) mientras que los hombres que buscaban los mismos trabajos, fueron el 42.7 por ciento. De las jóvenes encuestadas, solo el 35.5 por ciento vieron como opción profesional ser empresaria, mientras que el 54.4 por ciento de los hombres se imaginaron en esa actividad (Rodríguez: 2008, p. 126). Entre las conclusiones de esta encuesta, resulta que los hombres buscan ser empresarios por prestigio social y la recompensa económica mientras que las mujeres tienen otras motivaciones, algunas -como ya se mencionó- ven en esta profesión la flexibilidad en el uso del tiempo; otras, después de desempeñarse en empresas y ver la imposibilidad de ascender a puestos más altos que los hombres, esperan que el empresariado les otorgue la oportunidad de mayores beneficios, entre ellos la libertad de decidir, así como, una mejor posición jerárquica, que difícilmente alcanzarían como empleadas. En América Latina, algunas mujeres han experimentado la experiencia empresarial, cuando son sujetas de proyectos auspiciados por organismos internacionales o instituciones gubernamentales; dichos proyectos aspiran a que estas mujeres obtengan una presencia social y económica en su comunidad, casi siempre ubicada en zonas pobres de esta región.

La presencia de un mayor número de mujeres empresarias ha sido objeto de interés para algunos organismos internacionales como la Organización

“Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo”

Internacional del Trabajo (OIT), el Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (BIRF), el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional (FMI), ellos insisten en que un mayor número de empresarias promovería el crecimiento y empleo en la economía mundial. “La Agenda 2030 para el desarrollo sostenible” promovida por Naciones Unidas en 2015 y apoyada por los organismos citados anteriormente y otros más, sugieren distintas acciones acotados en objetivos, éstos, tienen como meta un desarrollo sostenible ligado a la igualdad de género; por lo que fomentar la presencia de mujeres empresarias camina en el mismo sentido de la “Agenda 2030”.⁴ Apostar por mujeres con empresas sólidas que aporten beneficios y empleos, donde las mujeres se muestran empoderadas; promueve sociedades igualitarias.

En los resultados obtenidos por investigaciones sobre las diferencias entre las empresas dirigidas por hombres y mujeres (Rodríguez: 2008) se observa que en general las mujeres tienen un estilo de gestión y dirección empresarial más democrática y participativa, sus decisiones son puestas a consideración por sus colaboradores y brindan espacios de libertad y participación. Otras investigaciones demostraron empíricamente que cuando las mujeres participan plenamente en el mercado de trabajo los beneficios macroeconómicos son significativos. “Se ha determinado que las diferencias de productividad entre las empresas de propiedad de hombres y mujeres obedecen principalmente a diferencias en el acceso a los insumos productivos. Reducir esta disparidad en la productividad mediante el

⁴ La Agenda 2030 para el desarrollo sostenible se aprobó en septiembre del 2015 por la Asamblea General de las Naciones Unidas, y “establece una visión transformadora hacia la sostenibilidad económica, social y ambiental de los 193 Estados Miembros que la suscribieron y será la guía de referencia para el trabajo de la institución en pos de esta visión durante los próximos 15 años” (Naciones Unidas: 2016). Se integra por 17 objetivos y cada uno de ellos consta de diversas metas. Por ejemplo el objetivo no. 1 tiene como meta eliminar la pobreza, “Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo”; este objetivo consta de 5 metas que establecen estrategias para lograr que en el 2030 se obtenga dicha meta. El objetivo 8 promueve el trabajo decente y crecimiento económico para “todas las mujeres y los hombres, incluidos los jóvenes y las personas con discapacidad, así como la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor”

“Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo”

acceso igualitario a los recursos productivos podría aumentar sensiblemente el producto (Banco Mundial: 2011)”.

Los obstáculos que enfrentan las mujeres empresarias frente a los hombres podría parecer un problema de estilo gerencial que resulta en menores rendimientos y baja productividad; sin embargo, al analizar estos resultados, la conclusión principal es que las limitantes son consecuencia de los mandatos y desigualdades de género que provocan dichos resultados. A continuación se describirán algunos resultados y porque desde la perspectiva de género resultan ser producto de la desigualdad de género.

A. Las empresas dirigidas por mujeres empresarias son de menor tamaño que la de los hombres.

a.1 Las razones de esta característica tiene que ver con la dificultad que tienen las mujeres para compatibilizar, ajustar, elegir discrecionalmente entre sus tareas domésticas y de crianza, con la administración de su empresa. Un menor número de empleados y tareas a realizar puede tener un mejor control que una empresa de grandes dimensiones.

a.2. Otra razón es la dificultad que enfrentan las mujeres en la tenencia de bienes y capital para iniciar una empresa de mayor envergadura, tal y como la de los hombres.

a.3. La circunstancia, citada en varias investigaciones, referente a la dificultad para el otorgamiento de créditos a nivel institucional que nuevamente impiden concebir una empresa con un mayor tamaño.

B. Utilizan poca mano de obra y capital físico lo que produce menores productividades y bajos rendimientos.

b.1. Ante la dificultad que enfrentan las mujeres para solicitar financiamiento o contar con propiedades contratan menor cantidad de

“Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo”

trabajo y capital, produciéndose así un círculo vicioso al contribuir ello a la obtención de menores rendimientos, por lo que se incrementa la dificultad para el otorgamiento de financiamiento.

C. Cuentan con pocas redes de apoyo.

c.1. La construcción de redes implica una constante presencia en el ámbito público que supone disponibilidad de tiempo, y que en el caso de las mujeres, está acotado al cuidado de menores o personas dependientes y de labores domésticas.

c.2. Depende de relaciones con proveedores, funcionarios gubernamentales, burócratas de menor nivel, asesores que en su mayoría son hombres y que las relaciones con ellos se determinen por estereotipos y discriminaciones, que impida cumplir con el objetivo y que en el caso de los hombres no sucede.

D. Los activos de las mujeres son de menor valor y tamaño que aquellos de los hombres.

d.1. Al contar con menores propiedades sus posibilidades de financiamiento es menor, además las mujeres deben ofrecer más garantías que los hombres para acceder al crédito.

Por último, no es suficiente que las mujeres que decidan el camino empresarial, busquen cambiar su mentalidad, desarrollar habilidades en la gestión de procesos o prepararse como gestoras ante los procedimientos gubernamentales e impuestos, pues como ha sido descrito están sujetas a mandatos, roles y estereotipos de género que permean no solo sus capacidades empresariales sino

“Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo”

también la dinámica misma del mercado y las oportunidades reales de competencia.

En síntesis, es posibles señalar que a pesar de las proclamas de los distintos movimientos feministas durante los setenta y ochenta que insistían, entre otras demandas, en la igualdad entre mujeres y hombres; parece ser que la desigualdad social de las mujeres sigue justificándose socialmente en una biología y psicología diferenciada que condena a las mujeres a cumplir el papel reproductivo asignado con base en la división sexual del trabajo y que condiciona a que las posibilidades de trabajos formales remunerados con posibilidades de ascenso derivado de estudios, capacitación, participación activa, reconocimiento y liderazgo en los espacios laborales sigan siendo limitadas; lograr habilidades para emprender estrategias de negocios, generar empleos, beneficios personales y colectivos que incidan de manera positiva en la comunidad, luce más difícil de alcanzar.

La información recopilada indica que a pesar de Conferencias Mundiales de Mujeres, Agendas Políticas, Políticas de Fomento en favor de las mujeres, el mercado de trabajo sigue siendo desigual y discriminatorio hacia las mismas. La segregación sexista en los empleos permanece, los cuales son considerados con menores requerimientos, mínimas responsabilidades y por lo tanto menor ejercicio de la autoridad que resultan en muchas ocasiones los peor pagados.

La división sexual del trabajo y su consiguiente especialización, la responsabilidad del trabajo de cuidados ha impedido que mujeres tengan acceso a niveles de ingreso y bienestar que garanticen condiciones de igualdad frente a los hombres.

Insistimos, que para lograr la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres debe resolverse antes, el número de horas, que de manera igualitaria, deberán dedicar los miembros de la familia a las labores domésticas, crianza y cuidado de personas dependientes. La conciliación familiar, la maternidad y paternidad

“Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo”

afectiva, la corresponsabilidad de la pareja ante hijos y personas de edad avanzada es un problema privado que debe resolverse públicamente.

METODOLOGÍA

La metodología de trabajo constituye la lógica interna que guía el desarrollo de la investigación y está conformada por los procedimientos o métodos que se emplean para alcanzar los objetivos establecidos y generar los productos esperados en congruencia con los postulados teóricos que enmarcan el proceso de búsqueda e interpretación de la información.

Esta investigación se inscribe en los principios teóricos y metodológicos de la investigación social aplicada, que se orienta al conocimiento de una realidad determinada para intervenir sobre ella, reconociendo que las ciencias –en particular las sociales – no sólo apuntan a comprender y explicar los fenómenos o hechos sociales, sino que también tienen una responsabilidad social dirigida al cambio.

El enfoque para el levantamiento y análisis de información mediante el cual se llevará a cabo la investigación para el desarrollo de este Diagnóstico es cualitativo. Este enfoque permite profundizar en las características específicas de una situación determinada, ofreciendo mayor riqueza interpretativa respecto del enfoque cuantitativo así como permite ahondar en la contextualización de los resultados, por lo cual es idóneo para cubrir los objetivos planteados. El trabajo de campo se llevará a cabo a través de dos instrumentos cualitativos: entrevistas y grupos focales.

“Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo”

A fin de contextualizar el Diagnóstico, se realizará también un trabajo documental a partir del compendio y sistematización de información bibliográfica y estadística sobre las empresas de mujeres en la CDMX, que permita ubicar los principales sectores en los cuales participan, su aportación al Producto Interno Bruto, el tamaño preponderante de las empresas lideradas por mujeres así como datos socioeconómicos que permitan caracterizar el contexto de las empresas de mujeres en la Ciudad de México.

En las siguientes líneas se detallan las fases del trabajo que se propone realizar, así como las técnicas de que se utilizarán para obtener y analizar la información.

En una primera etapa, de reconocimiento, se realizarán tres actividades sustantivas:

Elaboración del marco conceptual, el cual versará sobre los siguientes aspectos: división sexual del trabajo, las mujeres en el ámbito productivo y desventajas de las mujeres empresarias asociadas al género.

Trabajo documental y estadística para la contextualización de las empresas de mujeres,

La realización de cinco entrevistas semi-estructuradas con lideresas de la Asociación Mexicana de Mujeres Empresarias (AMJE); la Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX Ciudad de México), la Cámara de Comercio Servicios y Turismo en Pequeño de la Ciudad de México (CANACOPE); y funcionarias del Programa de Autonomía Económica del Inmujeres CDMX y del Programa de Apoyo para el Desarrollo de Sociedades Cooperativas (Secretaría del Trabajo y Fomento al Empleo), a fin de profundizar en los factores de obstaculizan la sostenibilidad y crecimiento de las empresas de mujeres.

“Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo”

La segunda etapa será de recolección de la información en campo directamente con mujeres empresarias de la CDMX, de manera específica con mujeres empresarias con alguna experiencia previa de fracaso en alguna empresa. Este trabajo se realizará mediante sesiones a manera de grupos focales con el objeto de recuperar las experiencias y valoraciones de las mujeres empresarias respecto de las causas de fracaso de las empresas fundadas y lideradas por mujeres.

La dinámica de los grupos focales consiste en propiciar una reunión entre un grupo de personas seleccionadas previamente, en función de discutir, reflexionar y elaborar, desde la propia experiencia personal y colectiva, una temática que es objeto de investigación; en la cual cobra sentido el proceso de interacción grupal a la que la temática en cuestión invita.

El desarrollo de los grupos se llevará a cabo conforme un guion de trabajo que permita cumplir con los objetivos propuestos. Los grupos serán grabados y transcritos para su posterior sistematización y análisis.

Los ejes de análisis sobre los cuales se elaboran los guiones de los grupos focales son:

- 1) Causas de fracaso de empresas establecidas por mujeres.
- 2) Etapas críticas en el fracaso de empresas.
- 3) Principales fuentes de financiamiento
- 4) Proceso de cierre de las empresas

“Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo”

Los observables iniciales por cada eje de análisis son los siguientes:

1) Causas de fracaso de empresas establecidas por mujeres.

- a) Acceso a tecnología e información
- b) Capacitación productiva
- c) Administración y gestión empresarial
- d) Acceso a financiamiento
- e) Canales de comercialización
- e) Desventajas asociadas a roles de género
- f) Encadenamiento y vinculación empresarial
- g) Otras

2) Etapas críticas en el fracaso de empresas.

- a) Etapas favorables
- b) Etapas de estancamiento
- c) Etapas de quiebre

3) Principales fuentes de financiamiento

- a) Propias
- b) Banca privada
- c) Fuentes sociales o públicas
- d) Otras

4) Proceso de cierre de las empresas

- a) Pasos en el cierre
- b) Efectos financieros
- c) Efectos económicos y personales

“Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo”

Los grupos focales se integraron con dos criterios: 1) el tamaño de las empresas (micro, pequeña y mediana); y experiencia de por lo menos un año como empresarias, de preferencia con alguna experiencia previa de cierre de alguna empresa. De este modo, se llevaron a cabo grupos específicos de mujeres con micro empresas, con pequeñas empresas y con medianas empresas.

Asimismo, se realizaron seis entrevistas semi-estructuradas en profundidad con mujeres empresarias con y sin alguna experiencia de cierre, las cuales se seleccionaron de las mujeres que participaron en los grupos focales.

El objetivo de las entrevistas fue profundizar sobre los hallazgos de los grupos focales, en alineación con los ejes de análisis y observables de investigación identificados previamente.

La tercera etapa corresponde a la sistematización y análisis de la información obtenida en campo. A la par que la generación de información, su análisis y síntesis constituye un aspecto de central importancia en los procesos investigación. En la elaboración de la metodología para la presente investigación se contempló un esquema que permita llevar a cabo estas acciones que implican, por un lado, identificar y resaltar los hallazgos importantes (análisis) y, por otro, combinar la información generada en las distintas fuentes de información para obtener una comprensión más integral y sólida del panorama en cuestión (síntesis). Para fines de elaborar la síntesis se empleará el método de la triangulación.

Finalmente, en la cuarta etapa se elaborará el presente reporte final de investigación, el cual contiene el siguiente contenido:

- Carátula con pleca
- Índice

“Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo”

- Introducción
- Objetivos
- Justificación/Marco conceptual
- Metodología
- Sistematización de resultados que integre investigación documental y la síntesis de los grupos focales y entrevistas individuales
- Análisis de resultados: identificación de las causas principales que llevan a cerrar a las empresas de mujeres de la CDMX
- Conclusiones
- Recomendaciones
- Bibliografía

Ruta de trabajo

El desarrollo de la metodología implicará la realización de la siguiente ruta de trabajo:

Actividad / Tiempo	Nov	Dic
1. Elaboración del marco conceptual	X	
2. Elaboración del marco contextual	X	
3. Entrevistas de reconocimiento	X	
4. Realización de grupos focales	X	
5. Realización de entrevistas		X
6. Sistematización y análisis de información		X
7. Integración de Informe de Diagnóstico		X

“Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo”

Productos

Los productos que se generaron son los siguientes:

Actividad / Tiempo	Fecha de Entrega	Formato de Entrega
1. Proyecto General del Diagnóstico	Noviembre	Documento con propuesta metodológica
2. Diagnóstico de acuerdo con los siguientes contenidos: <ul style="list-style-type: none"> • Carátula con pleca • Índice • Introducción • Objetivos • Justificación/Marco conceptual • Metodología • Sistematización de resultados que integre investigación documental y la síntesis de los grupos focales y entrevistas individuales • Análisis de resultados: identificación de las causas principales que llevan a cerrar a las empresas de mujeres de la CDMX • Conclusiones • Recomendaciones • Bibliografía 	Diciembre	Documento Diagnóstico sobre las causas que llevarían al fracaso (cierre) a las empresas fundadas por mujeres de la Ciudad de México.

“Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo”

SISTEMATIZACIÓN DE RESULTADOS

Fuentes de recursos

Las participantes coinciden en que los recursos económicos para poner en marcha sus empresas y negocios han sido propios, derivados del ahorro, ya sea por la acumulación de ganancias de otros negocios, como la venta por catálogo, o por el dinero generado del finiquito, liquidación o ahorro de dinero en otros empleos.

“En mi caso, como estuve trabajando en gobierno, todo ese tiempo fui ahorrando porque tenía planeado emprender, a lo mejor para mi hubiera sido más fácil quedarme ahí en gobierno con sueldo fijo, pero pues no. Cuando decidí renunciar, utilicé mis ahorros para mi negocio.” Catalina, 35 años.

“Hace seis años empecé a vender por catálogo e igual ahorré, y con ese dinero ahora hago mi negocio; con mis ahorros. Nadie me financió”. Bertha, 54 años.

“Al principio me costaba trabajo, porque vendía mucho pero lo mismo que me gastaba (sic), hay que reinvertir de inmediato, antes de que te aceleres, para que tengas tu *stock*, aunque sea mínimo pero que siempre tengas un respaldo, nadie me ha prestado”. Alma, 52 años.

Respecto de las razones de por qué no se han acercado a alguna institución o programa de gobierno para solicitar recursos financieros, la información en campo muestra que la mayoría de los casos las mujeres informantes sí han solicitado apoyo a instancias gubernamentales, sin embargo principalmente han obtenido apoyo en materia de conocimientos, aprendizajes y asesoría para resolver temas relativos a sus negocios, no en financiamiento.

“Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo”

“Hace seis años metí un proyecto a PROEMPLEO, pero me pedían cuatro mil pesos para la incubadora, y no los tuve”. Bertha, 54 años.

“Cuando yo todavía trabajaba tomé el curso de PROEMPLEO, también hice mi proyecto, tuvimos mucho apoyo para hacerlo, pero al momento de entregarlo me pedían cinco mil pesos, y dije ‘pues esto no es ayuda’, además no nos aseguraban que aceptaran el proyecto”. Mireya, 59 años.

“Yo también estuve en PROEMPLEO, pero no seguí con el proyecto, porque una vez que decides ir más allá te piden el pago, que nunca termina en los cuatro mil pesos, para entrar a la incubadora, y pues yo ahí ya no fui”. Catalina, 35 años.

Principales dificultades para la rentabilidad de las empresas

Consideran que darse a conocer o la difusión de sus productos y servicios es una dificultad que tienen que solventar de la mano con el apoyo gubernamental.

Diversas mujeres empresarias señalan que son convocadas a vender sus productos en ferias y eventos delegacionales, sin embargo consideran que ese tipo de eventos no les ayuda ya que no tienen una convocatoria masiva.

“En el curso que tomamos de PROEMPLEO, nos enseñan a cómo tratar al cliente, pero a quién si no llega nadie”. Mireya, 59 años.

Asimismo señalan la importancia de conformar redes más fuertes entre empresarias, para apoyarse mutuamente.

“Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo”

Otros aspectos que identifican como clave para que sus negocios se mantengan son, por un lado la inversión en publicidad para darse a conocer:

“Principalmente creo que darme a conocer, mi negocio es la organización de eventos y hay mucha competencia, entonces en lo que si me gustaría invertir sería en publicidad”. Catalina, 35 años.

Y por otro contar con algún lugar fijo para exhibir sus productos.

“A mi gustaría un lugar para exhibir mi producto porque ya invertí bastante dinero y ya tengo mucha producción, pero sí necesitaría un lugar para exhibirlos, darme a conocer”. Bertha, 54 años.

Consideran que el apoyo sea dirigido a asesoramiento para publicitar sus productos y a la difusión, sobre todo institucional, de sus empresas y productos. Actualmente sólo cuentan con el canal delegacional para la difusión y no les es suficiente.

“Es una puerta pero cada dos meses, cada mes y medio, nosotras lo que necesitamos es, a lo mejor cada fin de semana pero un ingreso seguro”. Alma, 52 años.

Otro aspecto a resaltar de la información obtenida en campo es la dependencia de las micro y pequeñas empresarias de los espacios ofrecidos por instancias de gobierno para la comercialización de sus productos y las relaciones que se establecen con dichas instancias en la competencia por ocupar un lugar en los espacios.

“Hay mucha discriminación en el Instituto de la Mujer de Azcapotzalco, porque apenas tengo un año y he participado en dos ferias, siempre hay ahí su preferencia, y eso a mí no me gusta”. Bertha, 54 años.

“Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo”

“A parte dicen las personas que están preparadas (del instituto) que si alguien protesta, si yo protesto por algo que no estoy de acuerdo, ya necesito psicólogo”. Mireya, 59 años.

“Yo no sé si las compañeras sepan cual es el objetivo principal del Instituto de las Mujeres, cuáles son sus objetivos específicos, cuáles son las actividades que realizan durante todo el año, porque si no se hace nada es una pérdida de tiempo, es una institución que podría desaparecer ya, porque no hay nada, no hemos visto nada; se hizo la feria anual en la que deberíamos haber sacado, y en todas las ferias que hemos ido del instituto yo no puedo mencionar una donde haya vendido más de quinientos pesos”. Mireya, 59 años.

Consideran que el Instituto se ha relacionado muy poco con ellas como empresarias.

“Hace poco fue la feria anual, y pasaban como cuatro o cinco personas, imagínate si ahí van a empoderar a las mujeres con esos doscientos pesos”. Mireya, 59 años.

“Si en este momento desapareciera el Instituto de las Mujeres no pasaría mucho, ¿por qué?, porque no sentimos que nos esté apoyando”. Mireya, 59 años.

Resalta también el poco uso de herramientas tecnológicas para la comercialización de los productos.

“Apenas me estoy poniendo al corriente, mi hija me apenas me abrió una página de Instagram y ahí estoy subiendo mis fotografías”. Alma, 52 años.

“Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo”

“Mis hijos hacen la difusión, mandan el cartel a sus contactos y les piden que inviten a su mamá; si todos lo hiciéramos pues yo creo que sí habría más difusión”. Mireya, 59 años.

Etapas críticas de las empresas

La mayoría de las informantes en campo coinciden en que la etapa más crítica en el éxito o fracaso de sus empresas es la comercialización, difusión y proyección de sus productos y servicios, a pesar de que muchas de ellas han participado en actividades de capacitación relativas a la mejora en sus negocios y empresas, coinciden en señalar que la comercialización representa el principal nudo en el desarrollo de sus negocios.

Cierre de empresas

En las acciones de cierre, se identifican diversas acciones:

- a) Distribución de los bienes y productos entre socias/os,
- b) Traspaso de arrendamientos
- c) Endeudamiento privado para asumir los costos generados por las empresas.

Respecto de los efectos personales, la mayoría señalan grandes costos producto de la experiencia de “fracaso”, algunas dejaron empleos estables para dedicarse de tiempo completo a las empresas y al cerrar se quedaron sin empleo y si empresa, algunas refieren altos costos emocionales

“Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo”

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Identificación de las causas principales que llevan a cerrar a las empresas de mujeres de la CDMX

A continuación se presentan las principales causas que llevan a cerrar a las empresas de mujeres en la CDMX:

1. Altos costos de arrendamiento en los locales para la comercialización

Catalina señala que cuando se separó de su empleo en el gobierno, puso un negocio de productos a bajo costo, el cual tuvo que cerrar porque la renta del local superaba sus gastos y ganancias.

“Puse un negocio en un local establecido, ahí lo que creo que me afectó mucho fue la renta, por lo mismo que la zona era muy concurrida, las rentas eran muy altas; lo que sacaba de venta, era lo que pagaba renta”. Catalina, 35 años. Cierre en 2012.

“Cerré hace cuatro años porque cuando nos estaba yendo bien, nos subieron demasiado la renta”. Mireya, 59 años.

Un área de oportunidad a partir del punto anterior es la utilización de las redes sociales para publicitar y difundir sus productos y servicios, así ya no pagan renta y ese recurso lo invierten en otras áreas de su empresa.

“Por eso tener un local así en físico ya no, yo le dije a mi hijo ‘mi local va a estar en internet, yo me quiero modernizar, yo no quiero estar así a la antigua’”. Mireya, 59 años.

“Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo”

2. Falta de espacios constantes para la difusión y comercialización de productos

“A mí me gustan mucho las ferias, el problema es que las que organiza el INMUJERES no nos sirven de mucho”. Mireya, 59 años.

“Las ferias no sólo sirven para vender, sino por los contactos y las redes que se pueden hacer”. Mireya, 59 años.

3. Experiencias de “extorsión” por parte de crimen organizado o servidores/as público/as corruptos.

“Por experiencia de otras vecinas, la extorsión, hay zonas conflictivas donde llegan los grupos a extorsionar para la seguridad del propio locatario.” Alma, 52 años.

4. La desvalorización por los productos artesanales, los cuales son realizados en alto porcentaje por empresarias mujeres.

“La gente quiere pagar muy poco por los productos artesanales; muchas veces tenemos que regalar nuestro trabajo y eso afecta directamente el pago de rentas”. Mireya, 59 años.

5. Altas cargas impositivas.

“Se pagan muchos impuestos y eso nos come la ganancia”. Mireya, 59 años.

6. Competencia de productos extranjeros de baja calidad pero menor costo.

“Los productos de origen chino o “chinerías”, por ser más baratos pero de menor calidad, nos afectan directamente”. Alma, 52 años.

“Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo”

CONCLUSIONES

A pesar de las proclamas de los distintos movimientos feministas durante los setenta y ochenta que insistían, entre otras demandas, en la igualdad entre mujeres y hombres; parece ser que la desigualdad social de las mujeres sigue basándose en una biología y psicología diferenciada, que ha sido construida socio-culturalmente y que condena a las mujeres a cumplir el papel asignado desde principios del siglo XIX y que condiciona a que las posibilidades de trabajos formales remunerados con posibilidades de ascenso derivado de estudios, capacitación, participación activa, reconocimiento y liderazgo en los espacios laborales sea solo una imagen teórica; lograr habilidades para emprender estrategias de negocios, generar empleos, beneficios personales y colectivos que incidan de manera positiva en la comunidad, luce más difícil de alcanzar.

La información recopilada indica que a pesar de Conferencias Mundiales de Mujeres, Agendas Políticas, Políticas de Fomento en favor de las mujeres, el mercado de trabajo sigue siendo desigual y discriminatorio hacia las mismas. La segregación sexista en los empleos permanece, los cuales son considerados con menores requerimientos, mínimas responsabilidades y por lo tanto menor ejercicio de la autoridad que resultan en muchas ocasiones los peor pagados.

La división sexual del trabajo y su consiguiente especialización, la inevitable responsabilidad del trabajo de cuidados ha impedido que mujeres tengan acceso a niveles de ingreso y bienestar que garanticen condiciones de igualdad frente a los hombres.

Insistimos, que para lograr la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres debe resolverse antes, el número de horas, que de manera igualitaria, deberán dedicar los miembros de la familia a las labores domésticas, crianza y cuidado de personas dependientes. La conciliación familiar, la maternidad y paternidad

“Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo”

afectiva, la corresponsabilidad de la pareja ante hijos y personas de edad avanzada es un problema privado que debe resolverse públicamente.

RECOMENDACIONES

1. Fortalecer los apoyos para la comercialización y difusión de los productos y servicios ofrecidos por mujeres empresarias; los cuales pueden ser mediante la asignación específica de espacios de comercialización como a partir del fortalecimiento de las capacidades de las propias mujeres para la difusión y comercialización de sus productos.

“Que nos den lugares para poder ofrecer el producto, nada más eso”.
Mireya, 59 años.

“Pues eso sobre todo, que nos abran espacios. El empeño y trabajo lo pondríamos nosotras”. Alma, 52 años.

“Pero lugares que valgan la pena, no los jardines feos por donde nadie pasa. Queremos lugares como el zócalo, aunque sea dos veces al año, y que lo oiga la jefa (sic), que todos los estados vienen a vender aquí y porqué nosotros que somos la ciudad, que tenemos derecho...”. Mireya, 59 años.

“Como comentaba la compañera, a lo mejor le interesa vender por medio de redes sociales pero no tiene el conocimiento de cómo se usan; y en mi caso que me interesa la publicidad en internet, cómo hacerla para que sea efectiva”. Catalina, 35 años.

“Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo”

2. Desarrollar estrategias para proteger a las mujeres empresarias de actos de corrupción, abuso de autoridad o extorsión por parte del crimen organizado.

“Que nos den credenciales para poder vender sin que tengamos problemas con las autoridades. En el estado de México, el gobierno les da una credencial a las artesanas y con esa pueden vender donde sea y no las ‘levantan’”. Mireya, 59 años.

“La delegación nos debería de dar una credencial donde avale que efectivamente somos artesanas, y también para no tener problemas con los ambulantes”. Alma. 52 años.

3. Fortalecer los programas de capacitación para el fortalecimiento de las capacidades empresariales y productivas de las mujeres, entre otros temas, destacan los siguientes.
 - a) Administración de negocios.
 - b) Contabilidad
 - c) Diseño y producción
 - d) Difusión y comercialización
4. Fortalecer productos financieros específicos para mujeres empresarias de la CDMX.
5. Fortalecer los programas de asesoría técnica para mujeres empresarias de la CDMX.
6. Diseñar e implementar apoyos institucionales para aligerar durante el primer año la carga de arrendamiento de locales comerciales que enfrentan las mujeres empresarias.

“Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo”

BIBLIOGRAFÍA

- ABASOLO, Olga y Justa Montero (2012). Cap. 3. Trabajos: Empleo, cuidados y división sexual del trabajo en Guía didáctica de la ciudadanía con perspectiva de género. Igualdad en la Diversidad. España: FUHEM - Ecosocial. Versión digital.
- BANCO INTERNACIONAL DE RECONSTRUCCIÓN Y FOMENTO – BANCO MUNDIAL (2010). Mujeres empresarias: barreras y oportunidades en el sector formal en América Latina. Washington D.C.: Banco Mundial.
- BAUER, Susan, Gerry Finnegan y Nelie Haspel (2011). Género y emprendimiento. Guía de formación para mujeres empresariales. Ginebra: OIT. Versión en español Goretti Dañobeitia bajo la coordinación de Linda Deelen y María José Chamarro. Versión digital.
- ELBORGH-WOYTEK, Katrin, y otros (2013). Las mujeres, el trabajo y la economía: Beneficios macroeconómicos de la equidad de género. Documento de análisis del personal técnico del FMI. Septiembre 2013. Versión digital.