
MUJERES EMPRESARIAS Y PARTICIPACIÓN POLÍTICA EN MÉXICO*

Gina Zabudovsky

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

La revisión bibliográfica y hemerográfica que hasta ahora hemos realizado nos permite afirmar que la ausencia de reflexión académica sobre la participación de la mujer en la vida empresarial de México es bastante drástica. No se trata solamente de que no se hayan realizado estudios específicos sobre ellas, sino de un fenómeno más radical: en los numerosos textos sobre empresas y empresarios en México, no encontramos siquiera alguna mención secundaria o colateral. Esta afirmación es válida tanto para los trabajos de décadas anteriores como para los que se llevan a cabo en la actualidad. Para constatarlo, basta revisar por ejemplo, algunos de los libros más importantes y difundidos como el *El Empresario Mexicano* de Flavia Derossi publicado en 1977, y el de Roderic A. Camp *Los empresarios y la política en México* que ha salido recientemente (1989).¹

* El presente artículo es un avance de una investigación más amplia que forma parte de los proyectos del Programa de Estudios Interdisciplinarios de la Mujer de El Colegio de México.

¹ En la revisión biblio-hemerográfica que se llevó a cabo, se encontró que los únicos trabajos, sobre las empresarias mexicanas son los realizados por Harold P. Welsch y Earl C. Young en DePaul

Esta situación se explica a su vez por la aparente ausencia de las empresarias mexicanas en la vida económica y social de México. En años recientes podemos detectar la presencia de mujeres en los cargos públicos y puestos de elección popular (gobernadoras, diputadas, senadoras, secretarías y subsecretarías de Estado), en los movimientos urbanos, en el sector laboral, etc., pero no es fácil identificar la participación de la mujer en la vida empresarial.²

Ahora bien, el asunto se complica si intentamos concentrarnos, no tanto en la actividades económicas de las empresarias -que en cierta forma pueden mal rastrearse a través de los censos y otros datos estadísticos- sino de su participación política.

Ante la imposibilidad de tener acceso a las presiones y negociaciones que se dan entre gobierno y empresarios a "nivel privado" en encuentros informales o reuniones "tête à tête", los académicos interesados en la participación política empresarial se han centrado frecuentemente en el estudio de sus organizaciones. En particular, se ha puesto atención en el seguimiento de las declaraciones que hacen frecuentemente los diferentes organismos, a través de sus voceros principales, en la representatividad que dentro de las organizaciones adquieren los grupos económicos más importantes, y en las modalidades del liderazgo que eventualmente ejercen los presidentes y cuerpos directivos en turno (como ejemplos de estos trabajos pueden mencionarse entre otros, el de Arriola, 1981; los compilados por Labastida, 1986; Pozas y Luna, 1991; Puga, 1976; Shafer, 1973; Zabludovsky 1979 y 1980).

La participación política empresarial ha sido así evaluada, a través del papel que la élite del sector privado asume en sus puestos de representatividad y cargos ocupados en los organismos de "carácter público", como la Confederación de Cámaras Industriales (CONCAMIN), la Confederación de Cámaras de Comercio (CONCANACO) o en las diferentes

University of Chicago. Sin embargo la preocupación de estos autores se centra más en aspectos de administración y motivacionales que en los propiamente sociológicos. Por otro lado, en la vasta bibliografía manejada por estos autores no aparece ningún libro o artículo sobre mujeres empresarias en México lo cual puede ser considerado como otra prueba más de la inexistencia de otros estudios sobre el tema (Young y Welsh, 1991-1 y 1991-2). Esta situación editorial contrasta con la de otros países, especialmente los anglosajones, donde existe una amplia bibliografía sobre mujeres empresarias.

² De nuestro sondeo la única empresaria claramente distinguible dentro de la vida económica y política del país es la Directora de Calzados Canadá, la empresaria Sandra López.

organizaciones privadas de pertenencia voluntaria, como la Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX).³

En lo referente al trabajo que ahora nos ocupa, la estrategia de investigación a través del estudio de éstas organizaciones empresariales nos permite señalar, como rasgo significativo, la escasísima presencia de mujeres empresarias en los puestos vinculados con la presidencia de las Cámaras y Confederaciones.

Con base en una revisión somera de la información proporcionada por las principales agrupaciones patronales del país, se pudo percibir que, en lo referente a la actividad industrial, el único cargo ocupado por una mujer dentro de las cámaras que integran la CONCAMIN, es el de la presidencia de una agrupación vinculada estrechamente, con actividades tradicionalmente consideradas femeninas, como lo es: la Cámara de la Industria de Embellecimiento Físico.⁴

En el sector comercial, encontramos que en la actualidad, de las 616 Cámaras Regionales de Comercio, Servicios y Turismo, que integran a la CONCANACO, sólo cinco están presididas por mujeres.⁵ Es decir, los cargos de representatividad ocupados por mujeres en esta confederación nacional, no llegan a ser ni el uno por ciento. Lo anterior adquiere mayor relevancia si se toma en cuenta el número excepcionalmente alto de empresarias en estos sectores. Con base a los datos del Censo Nacional de Población y Vivienda de 1990, podemos darnos cuenta, que las mujeres constituyen el 33 % del total del empresariado, que en nuestro país, se dedican al comercio, los servicios y el turismo.⁶

³ Las organizaciones que agrupan al sector empresarial se pueden dividir en: a) instituciones de "carácter público", b) instituciones de "carácter privado". Las instituciones públicas se encuentran organizadas conforme a la Ley de Cámaras de Comercio e Industria, la membresía es obligatoria, y son considerados como "órganos de consulta" del Estado. Las instituciones privadas son aquellas agrupaciones patronales cuya membresía es voluntaria y su funcionamiento y organización no se encuentran reglamentados por el Estado (Zabludovsky, 1979, pp. 3-7).

⁴ En otras once Cámaras, detectamos la presencia de mujeres en los puestos de dirección y gerencia, pero en la medida en que se trata de cargos administrativos y no propiamente de representatividad, consideramos que éstos no tienen una relación con la participación política.

⁵ Como se sabe, a diferencia de las Cámaras de Industrias que se integran por sectores productivos, las de Comercio y Servicios se conforman con base a organizaciones locales. Las Cámaras Nacionales de Comercio que en la actualidad están presididas por mujeres se ubican en: Culiacán, Sinaloa; San Luis de la Paz; Silao, Guanajuato y Netzahualcóyotl, Estado de México (información proporcionada por la CONCANACO).

⁶ Este porcentaje fue calculado por la autora tomando en consideración a los empresarios y empresarias que se dedican al comercio y a los distintos servicios que en el Censo aparecen desagregados: financieros; comunales y sociales; profesionales y técnicos; de restaurantes y hoteles; personales y de mantenimiento.

Las razones de esta subrepresentación de las mujeres en los puestos directivos de las principales cámaras y confederaciones empresariales del país son múltiples y rebasan los objetivos del presente estudio.⁷ De cualquier forma es interesante hacer notar que se trata de una situación similar a la que encontramos con relación a la participación de las obreras en sus respectivas organizaciones sindicales. Como Teresita de Barbieri lo ha señalado, de manera sistemática se ha podido ver que “las mujeres, en general y las adultas en particular, que desempeñan ocupaciones remuneradas, tiene escasa participación en los sindicatos y la vida gremial”. En este sentido se podría considerar que a semejanza de lo que ocurre con las mujeres en otros ámbitos, en el caso de las empresarias también nos encontramos con una automarginación o marginación impuesta por la cultura empresarial, hay una salida hacia la unidad doméstica limitada al mercado de trabajo, pero restringida en lo relacionado con otro tipo de actividades gremiales.⁸ En el caso que nos ocupa, esto puede explicar en parte la baja participación de las mujeres en las grandes organizaciones empresariales lo que a su vez podría ser una causa de los pocos cargos de representación ocupados por mujeres dentro de las mismas.⁹

La escasa participación de las mujeres empresarias en estas instancias también se ha hecho evidente en la representación del sector privado dentro del grupo de asesores de la coordinación empresarial para el Tratado de Libre Comercio (sólo se encontró la participación de una mujer representando a las prácticas generales de servicios).

Dadas las circunstancias hasta ahora mencionadas, consideramos conveniente rastrear la participación económica y política de las mujeres empresarias en México a través de su presencia en otro tipo de asociaciones minoritarias y marginales que agrupan —aunque todavía no de forma significativa— a las mujeres empresarias en México. A través de las

⁷ En otro trabajo que he realizado sobre el tema, describo más detalladamente algunas de las actitudes que tienen las mujeres empresarias frente a estas organizaciones así como su participación dentro de las mismas. Gina Zabludovsky, *Mujeres Empresarias y Participación Política*, Congreso LASA, Los Angeles, septiembre de 1992.

⁸ Teresita de Barbieri, “Los ámbitos de acción de las mujeres” en *Revista Mexicana de Sociología*, México, Núm. 1, 1991, Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM, p. 205.

⁹ Sin embargo, en el caso de las organizaciones empresariales también habría que tomar en cuenta otros factores que tienen que ver con la propia estructura de las mismas como lo son el carácter obligatorio de su pertenencia y la subrepresentación de la pequeña y mediana empresa en los cuerpos directivos. Gina Zabludovsky, “Mujeres empresarias y participación política”, p. 14.

facilidades proporcionadas por estas agrupaciones, hemos realizado un estudio piloto de carácter empírico basado fundamentalmente en entrevistas y cuestionarios que permiten obtener información sobre el perfil de las mujeres que en nuestro país se dedican a las actividades empresariales.

A continuación damos a conocer la parte de la información obtenida que tiene más vinculación con el tema que se discute en esta mesa. Al respecto vale la pena aclarar que los cuestionarios y entrevistas no fueron inicialmente concebidos para detectar la participación política sino aspectos más generales de la actividad empresarial de las mujeres en México. Sin embargo, algunos resultados obtenidos a partir de ellos permiten también iniciar una reflexión en torno al asunto que hoy nos ocupa. En esta ocasión nos centraremos en tres aspectos que nos sirven como punto de partida para empezar a "rastrear" la participación política de las empresarias en México:

- a) Semblanza, historia y participación de las empresarias en las asociaciones y organizaciones empresariales. En particular nos concentraremos en el estudio de la Asociación Mexicana de Mujeres Jefas de Empresa -AMMJE- y daremos también algunos datos de como perciben las propias mujeres su participación en otro tipo de organizaciones.
- b) Actitudes y opiniones de las empresarias ante lo que consideran los principales problemas y avances en el país en los últimos años.
- c) Simpatías o antipatías de las mujeres empresarias frente a los principales partidos políticos del país.

Las asociaciones de mujeres empresarias: el caso de AMMJE

La Asociación Mexicana de Mujeres de Empresa se formó en el Distrito Federal, en noviembre de 1965 a iniciativa de una empresaria dedicada a los bienes raíces.

La fundación de esta organización responde, mas que a las inquietudes de las empresarias mexicanas, a lazos de tipo personal que se establece entre la fundadora de AMMJE en México y la presidenta mundial de la Asociación Mundial Jefes de Empresa (Femmes Chefs D'Enterprises Mondiales) fundada en Francia al término de la Segunda Guerra Mundial

como resultado de un malestar entre las mujeres empresarias que se ven excluidas de los puestos de representación del Comercio y la Industria. Al respecto, como anécdota vale la pena mencionar la cláusula entonces existente en la Cámara de Comercio de París en el sentido de que, para ser elegido en algún cargo de representación era necesario presentar la cartilla de servicio militar. La asociación de mujeres empresarias en Francia lucha por varios años hasta lograr abolir esta disposición. (Boletín AMMJE –Congreso– 1992).

Cuando AMMJE-México se funda, la agrupación ya contaba con filiales en varios países europeos¹⁰ y con la presencia de agrupaciones de empresarias en Canadá y Argentina dentro del continente americano. A partir de 1980 se han creado varias asociaciones de empresarias en otros países,¹¹ sin embargo, es interesante hacer notar que en América Latina las asociaciones de México y Argentina continúan siendo las únicas. (Boletín AMMJE-Congreso, 1992).

El requisito fundamental para pertenecer a la agrupación es: ser una empresaria activa. Para ser considerada como tal, los estatutos de AMMJE señalan que “solamente pueden pertenecer a esta Asociación mujeres que hayan invertido capital o que sean accionistas de ella, y que tengan bajo su mando a un grupo pequeño, mediano o grande de trabajadores, de la industria, comercio, servicios, turismo, industria agrícola o artesanal, con la condición de que todas ellas desempeñen sus cargos de forma activa.”

Al delimitar estas características, AMMJE ha buscado definir el perfil de sus asociadas de tal forma que quedan excluidas, tanto las mujeres que son propietarias o tienen acciones en una empresa pero que no están involucradas en su dirección cotidiana, como a las mujeres que sin ser propietarias, ocupan cargos ejecutivos importantes al servicio de una empresa de la que no son dueñas. De hecho la participación de las mujeres ejecutivas en la asociación está limitada al 10 por ciento del total de los miembros, y sólo son admitidas en su calidad de simpatizantes sin derecho a voto. Las mujeres ejecutivas mexicanas se han agrupado en otro tipo de organizaciones como lo es precisamente la Asociación

¹⁰ Los países europeos afiliados eran Alemania, Austria, Bélgica, España, Francia, Holanda, Inglaterra e Italia.

¹¹ Los países en los que se forman asociaciones a partir de entonces son la India, Indonesia, Filipinas, Taiwán, Estados Unidos, Isla Mauricio, Costa de Marfil, Malasia y Australia. A principios de 1992, el comité mundial estudia la aceptación de Tunisea, República de Guinea, República de Benin, Malta, Sudáfrica y Japón. (Boletín AMMJE-Congreso en México 1992).

Nacional de Mujeres Ejecutivas, donde pertenecen mujeres que ocupan cargos de alta dirección y responsabilidad en empresas privadas, pero en las cuales no son propietarias.

El énfasis en las metas de la asociación ha estado en la superación de la mujer empresaria y en las posibles redes de intercambio que puedan formarse a través de las asociaciones nacionales y mundiales con los beneficios consecuentes en las relaciones comerciales, económicas, intelectuales y amistosas mantenidas con mujeres empresarias de otros países."

Como otras organizaciones profesionales, la asociación adopta la reivindicación apolítica de sus diferentes actividades. (Meynaud, 1972, pp. 48-49).¹² Desde sus inicios, AMMJE señala como parte de sus estatutos el de ser una asociación "absolutamente apolítica y por ningún motivo intervendrá en cuestiones de carácter religioso ni lucrativo" (Boletín, AMMJE).

Como sabemos, si la concepción de la política se limitara a la dirección sobre la asociación política estatal o, el compromiso o dependencia de la asociación, con una organización partidista, esta afirmación sería congruente con las metas y objetivos de AMMJE, pero si por política entendemos no sólo la dirección, sino la influencia sobre la dirección del Estado (Weber, 1982, pp. 308-309), el propósito de intervenir en el aparato gubernamental y la voluntad de actuar sobre las autoridades para el logro de los propios intereses (Meynaud, 1972, p.49), resulta claro que los objetivos de la asociación son claramente políticos. Precisamente el primero de ellos es el de la necesidad de "Asegurar la representación de la empresaria ante los Poderes Públicos Nacionales en defensa de sus derechos, así como pugnar a través de la Asociación para que las organizaciones privadas nacionales e internacionales reconozcan tanto su calidad de mujer de hogar como de empresaria."¹³

El boletín de AMMJE considera que los miembros de las asociaciones a nivel mundial "unidas forman un importantísimo poder económico, a

¹² Según Meynaud, las organizaciones profesionales actúan en tres grandes sectores: el patronal, el agrícola y el laboral. (Meynaud, 1972, p. 15).

¹³ Las Asociación pertenece a la Confederación de Cámaras Industriales y a la Confederación de Cámaras de Comercio como consejeras con voz para "opinar sobre asuntos que convienen a los intereses generales de la Industria, el Comercio, Servicios y Turismo a nivel Nacional". En la modificación de los estatutos que se llevó a cabo en la ciudad de México, en mayo de 1992, se anula lo relacionado con la "mujer de hogar" y se deja únicamente el de empresaria. (Estatutos, AMMJE, 1992).

tal grado, que sus peticiones son tomadas en cuenta en los diferentes departamentos gubernamentales, así como en las Cámaras de Comercio de Industria de sus respectivos países, logrando que se lleven al cabo algunas reformas de leyes y estatutos que beneficien y protejan los derechos e intereses de la mujer, no sólo de la empresaria, sino en general”.

AMMJE se propone así, “lograr que la asociación sea públicamente reconocida como órgano de consulta o asesoramiento en todos los asuntos relacionados con las mujeres capacitadas para desarrollar actividades empresariales”.

Sin embargo, en realidad, como veremos más adelante, debido en parte, a la poca importancia que en términos numéricos y económicos tiene la asociación en México, a diferencia de sus contrapartes en otros países, su capacidad de influencia política ha sido hasta ahora no sólo muy limitada, sino es que prácticamente inexistente. En este sentido podemos afirmar que, en la medida en que ha reunido individuos que tienen intereses comunes, la asociación ha logrado constituirse como “un grupo de interés”, pero no como un “grupo de presión”. En la práctica AMMJE no ha logrado proyectar una acción colectiva y –pese a los objetivos señalados en su acta constitutiva– tampoco ha intentado actuar efectivamente sobre el mecanismo gubernamental en favor de las reivindicaciones de grupo (Meynaud, 1972, pp. 8-9).

Sin embargo, como lo explicaremos más adelante, recientemente se han dado en AMMJE importantes cambios que han transformado el perfil de la asociación abriendo la posibilidad de que, por primera vez, alcance una proyección nacional y con ella la influencia necesaria para poder representar efectivamente las aspiraciones de sus miembros.

Como factores que facilitan este proceso pueden señalarse los cambios recientes en la representatividad y los cargos directivos. A pesar de que el documento constitutivo de AMMJE, señala que éstos serán ocupados por un Consejo de Administración (Presidenta, Vicepresidenta, Secretaria y Tesorera) elegidas periódicamente por una asamblea nacional de asociadas, en la práctica –a pesar de los reglamentos– AMMJE había funcionado en una forma pre-moderna en torno al liderazgo personalizado de su socia fundadora. Durante más de veinte años no hubo cambios en la presidencia, ni importantes renovaciones en el Consejo de Administración, lo cual, sin duda, ha sido una seria limitación para el propio crecimiento y desarrollo de la asociación hacia formas de organización

racionales y democráticas. En este sentido, y siguiendo a Max Weber podríamos afirmar que, durante mucho tiempo, la asociación fue dirigida por una autoridad de tipo tradicional en la cual las relaciones “personales” prevalecieron sobre las “funcionales” con los respectivos obstáculos para la modernización de sus planteamientos y objetivos (Weber, 1978, pp.30-31). Las consecuentes debilidades en la estructura de las organizaciones actúan a su vez, como una de las causas para que los poderes públicos descuiden los intereses representados por las mismas. (Meynaud, 1976, p.29)

Esta situación empieza a cambiar para finales de la década de los ochentas, cuando un grupo de empresarias jóvenes cuestionan la ausencia de rotación en los puestos directivos y presionan para una democratización de la asociación. Hacia finales de la década de los ochentas, por primera vez hay un cambio en la presidencia que es ocupada por una empresaria dedicada a las actividades de “la moda”. Posteriormente, en 1992, y como parte de un proceso democrático se elige como nueva presidenta a una mujer dedicada a los servicios de “traducción profesional”.

Las transformaciones en la asociación del Distrito Federal coinciden con la importancia que empiezan a tener las filiales regionales, que si bien estaban previstas desde la fundación de la asociación, en realidad no se hacen efectivas sino hasta la década de los ochentas con la creación de “AMMJE Occidente” con sede en la ciudad de Guadalajara.¹⁴

AMMJE occidente

Si bien es cierto que la filial de AMMJE en Guadalajara surge a iniciativa de las directivas de AMMJE en México, desde el principio, la organización de Jalisco se distinguirá de la del D.F. por sus formas de reclutamiento y representatividad.

A diferencia de la asociación de la capital, que tienen sus orígenes y responde a lealtades más personales que grupales, la de Guadalajara nace a la sombra de una institución importante como lo es la Banca de la Mujer

¹⁴ AMMJE prevé la formación de Asociaciones Regionales que serán descentralizadas, sin embargo le da un lugar muy importante a la Asociación de la ciudad de México. Por ejemplo: sólo a través de ésta última pueden relacionarse las socias con sus otras filiales en el extranjero.

del Banco Nacional de México. De hecho, la funcionaria y fundadora de ésta última, es la que se hará cargo de la promoción y coordinación inicial de AMMJE en Guadalajara. Es ella la que toma a su cargo la unión y la organización de las empresarias, y a la vez procura que se den las condiciones necesarias para llevar al cabo elecciones democráticas dentro de la misma.

La asociación se constituye formalmente hacia finales de 1982, con 45 mujeres aproximadamente y se nombra como presidenta a la propietaria de un grupo de compañías dedicadas a bienes inmuebles y fabricación de joyas quien, después de un año y medio, renuncia por conflictos con la asociación del Distrito Federal y es sustituida por la empresaria de una fábrica de calzado.

Sin embargo, a pesar de tener sus propias representantes, la asociación sigue funcionando con la asesoría de Banamex hasta 1985, cuando finalmente empieza adquirir cierto grado de autonomía (entrevista 1).

A partir de entonces la asociación empieza a consolidarse. Establece relaciones con la CONCANACO y con el apoyo de la empresaria dueña de Calzado Canadá (que de hecho, es quizá la empresaria más reconocida en el país), la asociación cambia el lugar de sus reuniones de Banamex al Club de Industriales. Se fundan nuevos comités y secciones de estudio.

Durante la última parte de la década de los ochenta bajo la presidencia de una mujer dedicada al área de asesorías y servicios para las empresas, la asociación promueve una serie de diplomados con diagnóstico de necesidades de trabajo. Se trata de un programa educativo que encuentra una gran respuesta. De hecho, podemos afirmar que a diferencia de la asociación de México, la de Guadalajara se ha centrado mucho más en la superación personal a través de cursos, seminarios y congresos. En la impartición de éstos, ha tenido un papel importante el personal académico del Instituto Profesional de Alta Dirección de Empresas -IPADE- con sede en Guadalajara¹⁵ (entrevista 2).

¹⁵ Como se sabe el IPADE es una asociación educativa que depende del Opus Dei. Al respecto es interesante hacer notar los fuertes vínculos que algunos miembros activos de la asociación en Guadalajara tienen con otras organizaciones de la Iglesia Católica. Por ejemplo, la socia fundadora de AMMJE en Guadalajara, fue la organizadora del Congreso Mundial de Asociaciones Femeninas Católicas que se llevó a cabo en Guadalajara unos meses después del Congreso de Empresarias. Sin embargo, hay que tener presentes que estas relaciones pueden ser únicamente personales y no estar involucradas en la vida de la asociación que ahora nos ocupa. AMMJE Occidente ha admitido a las socias indistintamente de sus respectivas religiones.

A partir de entonces, la asociación de Guadalajara crece y se depura, se da un domicilio oficial, y empieza a publicar un boletín periódico. El paso más serio fue la organización del Primer Congreso Nacional de Mujeres Empresarias para el cual, por primera vez, se lanza una convocatoria abierta que se difunde a través de los canales de la Banca de la Mujer y de los medios de comunicación masiva a nivel nacional (entrevistas 1 y 2).

Con la realización del congreso el perfil de la asociación empieza a cambiar significativamente. De seguir esta tendencia, AMMJE puede transformarse y dejar de ser una agrupación que, por su tamaño y su dinámica, a veces parece “un club de amigas” para convertirse en una organización con representatividad y alcances a nivel nacional.

De marzo de 1991 a marzo de 1992, cuando se lleva al cabo el Segundo Congreso en la ciudad de México, el impulso y el interés manifestado por estas convocatorias ya se había traducido en la creación de tres nuevas asociaciones regionales en las ciudades de Culiacán, Tampico y Manzanillo. En la actualidad se está tratando de formar una nueva asociación en Nuevo León (entrevista 3).

Los avances de investigación que a continuación presentamos fueron obtenidos precisamente a través de un cuestionario que se realizó con motivo del Primer Congreso.

Mujeres empresarias: datos obtenidos

Aprovechando la oportunidad que brindaba el Congreso —y ante la falta de recursos para realizar una encuesta de otro tipo— se realizó un estudio piloto mediante el levantamiento de un cuestionario a las empresarias asistentes. De un total de 137 cuestionarios contestados, 110 se levantaron en esta ocasión y los 27 restantes en un desayuno que se llevó a cabo un mes, después en la ciudad de México, con el objetivo de informar sobre el Congreso a las asociadas de la capital que no pudieron asistir.

En 1992, con motivo del segundo Congreso de Mujeres Empresarias en México, se levantó un segundo cuestionario que logrará complementar y hacer un seguimiento de los resultados obtenidos en el anterior. En esta ocasión la muestra fue más reducida (66 cuestionarios) y se entrevistaron a empresarias del Distrito Federal, Jalisco, el Estado de México, Sonora, Querétaro, Michoacán y Veracruz.

En los cuestionarios aplicados se hicieron varias preguntas que permitieron obtener datos sobre la edad, la escolaridad, el tamaño y la organización de la empresa, la vinculación entre la empresa y la vida familiar, y la participación de la mujer en las organizaciones empresariales y otro tipo de asociaciones. El cuestionario concluye con algunas preguntas de opinión sobre los problemas y los avances más importantes que el país ha experimentado durante los últimos años. A continuación daré a conocer algunos de los resultados que considero más relevantes para el tema de participación política que hoy nos ocupa pero no sin antes detenerme en algunas de las características generales de las entrevistadas.

Como es lógico suponer, hay una alta proporción de mujeres cuyo lugar de residencia y localización de su empresa se concentran en los estados donde se levantó el cuestionario. Sin embargo, debido a que la asistencia al Congreso respondió a una convocatoria nacional, tuvimos la oportunidad de captar información sobre algunas empresarias de distintos lugares de la República.

De las mujeres entrevistadas, 43 (31%) tenían sus empresas en el D.F.; 41 (30%) en Jalisco; 7 (9%) en Sinaloa; 5 (3%) en el Estado de México; 5 en Nuevo León y 3 en Colima. Hubo dos empresarias por cada uno de los siguientes estados : Oaxaca, Quintana Roo, Sonora, Puebla y Querétaro. Con una empresaria por estado se obtuvo información de Michoacán, Chiapas, Guanajuato y Querétaro. También contestaron el cuestionario dos mujeres mexicanas que son propietarias de empresas en el estado de California en Estados Unidos.¹⁶

La mayoría de las mujeres tenía entre los 25 y 60 años de edad y se destacaban por un alto grado de escolaridad.¹⁷ En lo que respecta a su estado civil nos encontramos con una gran proporción de mujeres no unidas (49%) (20% son solteras, 12% son viudas y 18% son divorciadas),

¹⁶ Del total de empresarias entrevistadas, 13 señalaron tener empresas o sucursales de las mismas en varios lugares de la República. De entre ellas, 6 tienen una segunda empresa en el D.F.; 2 en Jalisco; 2 en el Estado de México; 1 en Colima; 1 en Guanajuato y una en Querétaro. Asimismo, hubo cuatro casos de empresarias que mencionaron una tercera empresa o sucursal en un tercer estado, 2 de ellas en Veracruz y 2 en Nuevo León.

¹⁷ Estos datos contrastan de manera significativa con los de la población femenina económicamente activa en el país. Si tomamos por ejemplo los datos del Censo Nacional de Población y Vivienda para el Distrito Federal -entidad que junto con Jalisco es donde tuvimos un mayor número de empresarias entrevistadas- nos encontramos con que el porcentaje de las mujeres menores de 25 años asciende hasta un 29% y la participación de las mujeres que tienen entre 40 y 59 años sólo llega el 22%. Esta diferencia entre la edad productiva de las empresarias y la de otras mujeres podría

el 48%, de las mujeres son casadas (hay un 3% de mujeres que no contestaron).¹⁸

Los datos muestran una inclinación hacia las actividades más tradicionales de tipo comercial y de servicios que las propiamente industriales (sólo 15 % de las mujeres tienen empresas industriales). De hecho, parece haber una estrecha vinculación entre el empresariado masculino, y la propiedad y dirección de empresas de este último sector.¹⁹

La mayoría (el 65%) de las empresarias entrevistadas, son propietarias de una pequeña empresa (con menos de 25 trabajadores). En términos generales, se trata de una empresa que ellas mismas han formado, a la cual se dedican de tiempo completo y donde ocupan cargos directivos importantes.

Una vez señalados estos datos, volvamos a aquellos relacionados con la participación de la mujer a través de las organizaciones.

Participación en asociaciones

En el momento de levantar el cuestionario la mayoría de las entrevistadas (58%) no pertenecía a AMMJE lo cual -como lo señalamos anteriormente- muestra la excepcional respuesta a la convocatoria abierta en esta oca-

tener parte de su explicación en la necesaria experiencia que las mujeres entrevistadas necesitaron adquirir antes de incorporarse a la actividad empresarial independiente, por lo cual posiblemente no puedan hacerlo a una edad temprana. Otro factor importante de tomar en cuenta es su situación socioeconómica -relativamente privilegiada- razón que les permite no trabajar en sus años de juventud durante los cuales se dedican fundamentalmente a estudiar. Los datos mostraron que la mayoría de las entrevistadas continúan estudiando hasta los 25 años y sólo trabajan en la empresa posteriormente. Esto se mostró en los altos grados de escolaridad declarada por las entrevistadas.

¹⁸ Estos datos cobran una mayor relevancia si se les compara con la información de los censos nacionales. Si tomamos en cuenta, por ejemplo, los datos de 1990 sobre la población femenina mayor de 25 años en el Distrito Federal, nos encontramos que el porcentaje de mujeres unidas es de 69% (lo que implica una diferencia de 20% con las mujeres empresarias).

¹⁹ Si comparamos estos datos con los proporcionados por el Censo Nacional de Población para el Distrito Federal tenemos que en él se registraron 6,464 mujeres empresarias o patronas en los servicios, 5,269 mujeres empresarias en el comercio, 2,178 en la industria manufacturera y 1,439 en otras áreas relacionadas con la agricultura, la minería, la construcción, el transporte y comunicaciones y otros no especificados. Es decir, de las 15,350 empresarias registradas como tales en el Distrito Federal, el 42% se dedica a los servicios, el 34% al comercio, el 15% a la industria y el 10% a otras actividades varias. Es interesante ver que el porcentaje de empresarias dedicadas a la industria en el Distrito Federal coincide con los de la muestra analizada (14% en ambos casos). Es decir, a pesar de no haber sido levantada con rigor estadístico, los esquemas de la muestra son similares a los del censo.

sión. La asistencia al Congreso rebasa con mucho el número de socias activas en la asociación.²⁰ Del total de las mujeres que contestaron el cuestionario de 1991, nos encontramos con un poco más de la mitad de las que pertenecen a la organización, tienen en ella dos años o menos. Si a lo anterior se añan las socias que ingresaron en 1991-1992, a partir de la difusión del Congreso, se tendrá el panorama de una organización en crecimiento.²¹

Los datos muestran que esta tendencia se produce desde hace años, a partir de 1985. No es casualidad que las membresías nuevas se registren durante el período en el cual la asociación de Guadalajara se consolida y la de Mexico empieza a sufrir importantes transformaciones. Como contraste, casi no se registran empresarias que hayan ingresado a la asociación en el período inmediato anterior, de 1976 a 1984.²²

Con la finalidad de no limitarnos al estudio de esta agrupación y de lograr percibir la participación en otro tipo de organizaciones empresariales incluimos algunas preguntas relacionadas con las mismas.

De las mujeres entrevistadas el 46% contestó que sí pertenece a otras organizaciones y el 47% (65 casos), contestó negativamente (el resto fueron abstenciones).

Lo que llama la atención de estas contestaciones son las respuestas negativas. Como se sabe, en México la Ley de Cámaras de Comercio e Industria decreta que es obligatoria la inscripción de las diferentes empresas a las cámaras respectivas. En la medida en que las mujeres entrevistadas desarrollan sus actividades dentro del sector formal de la economía —es difícil que se hubieran inscrito al Congreso si estuvieran dentro de la economía informal— sus empresas están debidamente registradas y por lo tanto es muy poco probable que no pertenezcan a alguna Cámara que a su vez se integra a una confederación. Por lo tanto, las respuestas negativas nos hacen contemplar las siguientes posibilidades:

²⁰ Esta circunstancia repercute favorablemente en la representatividad de nuestra muestra en la medida en que no se limita a aquellas empresarias que son miembros de una agrupación.

²¹ Otra hipótesis puede ser: que las socias de más antigüedad se han retirado del papel activo de esta organización y tienen a acudir mucho menos a los eventos, ya que han perdido el interés, que no es así en las socias de nuevo ingreso quienes quieren aprovechar activamente en los eventos que la asociación les brinda.

²² Sin embargo hay que tener también presente, la posibilidad de que las empresarias que se inscribieron a AMMJE durante este período ya se han salido de la organización o tienen un papel mucho menos activo y de desinterés y apatía dentro de la misma que las hace no asistir a sus eventos principales o no estar interesadas en llenar un cuestionario.

- 1) En la medida en que, a diferencia de lo que ocurre en las asociaciones voluntarias (como AMMJE), la inscripción en otro tipo de organizaciones empresariales es obligatoria, ésta no es identificada por las empresarias como una participación sino únicamente como una obligación oficial. Consecuentemente, es muy probable que sus vínculos con la Cámara respectiva, se limiten al pago de las cuotas o al cumplimiento de otro tipo de disposiciones que en la práctica se viven como meros requisitos.
- 2) La poca identificación entre las empresarias y la estructura de las organizaciones patronales del país puede tener su explicación en el hecho de que, como lo hemos señalado previamente, las diferentes Cámaras y confederaciones han marginado notoriamente la participación de las mujeres en sus puestos de representación. De allí que éstas busquen en AMMJE o en otras agrupaciones afines la forma de relacionarse y dar a conocer sus intereses, y no se identifiquen en lo más mínimo con las otras organizaciones respectivas que las han excluido.
- 3) Sin embargo, es muy posible también, que en la medida en que la mayoría de las mujeres empresarias entrevistadas son propietarias de pequeñas empresas, la no identificación con las organizaciones empresariales no se explique únicamente por la situación de género. En este sentido, a semejanza de lo que sucede con los hombres propietarios de pequeñas y medianas empresas, las mujeres encuentran que el liderazgo de las Cámaras y confederaciones han actuado más en favor de los intereses de las grandes industrias y comercios dejando a un lado a la pequeña y mediana empresa. Al respecto, es interesante hacer notar que es precisamente en Guadalajara donde en 1986 nace la Confederación Nacional de Microindustriales (CONAMIN) que reúne a un grupo de pequeños productores que no se sienten representados en las Cámaras industriales. (Alba, 1992, pp. 20-21)

Por otra parte, es interesante hacer notar que el porcentaje de mujeres que afirman no pertenecer a otras organizaciones empresariales es menor entre las miembros de AMMJE que entre las que no lo son, lo que habla de una conciencia mayor entre las primeras. Es común encontrarnos con que las empresarias que participan en una asociación, también participan en otras o por lo menos ponen más atención en la situación de su adscripción dentro de las mismas.

Entre las empresarias que contestaron positivamente nos encontramos con que, dentro de las organizaciones empresariales de pertenencia obligatoria, las que más frecuentemente se mencionan son las Cámaras de comercio (13 casos) lo cual ratifica nuestra apreciación en el sentido de que las mujeres empresarias se concentran en actividades comerciales y de servicios. De hecho, según los datos del censo de 1990, podemos apreciar que el 40% de las 87,304 mujeres empresarias en la República Mexicana se dedican al comercio y el 39% a los servicios. Si sumamos estas dos cifras tenemos que el 79% de las mujeres empresarias en México se concentran en el comercio, los servicios y el turismo.²³

Dentro de las grandes organizaciones privadas de membresía voluntaria las empresarias señalan a la COPARMEX (10 casos, 6 %), a la American Chamber of Commerce (AMMCHAM) (2 casos). También nos encontramos con otras menciones de asociaciones pequeñas que agrupan a las empresarias por actividad, como la Asociación de Esteticistas de México (8 casos), el "Fashion Club", asociaciones de boutiques finas (3 casos), y a la asociación de restauranteros (2 casos). La pertenencia a este tipo de asociaciones muestra, que por lo menos una parte de las mujeres entrevistadas, está a cargo de empresas vinculadas con actividades que se consideran propiamente femeninas como lo son las relacionadas con la comida y el vestido.

Entre las empresarias que contestaron positivamente nos encontramos que, al igual que lo que pasó en el caso de AMMJE, en el período 1977-1985, casi no se encuentran nuevas afiliaciones a las organizaciones empresariales (hay un total de 5 afiliadas en todos estos años). El dato resulta interesante, ya que se trata de los años posteriores al sexenio de Luis Echeverría, durante el cual se vivieron numerosos enfrentamientos entre el gobierno y el sector privado que dieron lugar precisamente a la formación del Consejo Coordinador Empresarial en mayo de 1975, y a las pugnas por el poder entre los sectores radicales y moderados de la élite empresarial. (Arriola, 1988, Zabłudvosky, 1979). Las tensiones entre los diferentes grupos se evidenciaron durante el período de José López Portillo, cuando los enfrentamientos entre Estado y empresarios se radicalizaron en torno a los acontecimientos previos y posteriores a la

²³ Estos datos fueron calculados por la autora, con base en los datos del Censo de Población y Vivienda de 1990. Como actividades de servicios se tomaron en cuenta las relacionadas con los servicios financieros, los comunales y sociales, los profesionales y técnicos, los de restaurantes y hoteles y los personales y de mantenimiento.

nacionalización de la banca. En este sentido, puede ser que la no afiliación de nuevas empresarias durante estos años se explique: o bien porque no sintieron que las condiciones eran propicias para formar empresas, o bien porque se negaban a participar abiertamente en la intensa actividad política que caracterizó la vida de las asociaciones patronales durante estos períodos.

Principales problemas y avances del país

En la última parte del cuestionario se hicieron preguntas que permitieron detectar las opiniones de las mujeres empresarias ante lo que consideran los principales problemas y avances del país durante los últimos dos años.

En lo que respecta a los primeros, en febrero de 1991 las respuestas reflejaron una clara preocupación, por lo que se considera un rezago educativo. Ante la pregunta abierta de cuales son a juicio de las entrevistadas los dos problemas principales del país, se obtuvieron un 40% de respuestas que mencionaban los bajos niveles y las deficiencias educativas como el principal problema y el obstáculo fundamental para el crecimiento y desarrollo.

El segundo tópico que se mencionó como problema grave es el de la recesión económica que obtuvo un 22% de respuestas.

Frente al rezago educativo y la situación económica, los otros tópicos ocuparon un lugar muy secundario entre las preocupaciones de estas mujeres. Con menos del 5% de respuestas se señalaron problemas relativos a la corrupción, la burocratización, la inseguridad social, la apatía generalizada, el desempleo, la falta de liderazgo, el paternalismo del gobierno, la economía subterránea y la deuda externa e interna.

Estas respuestas dan lugar a las siguientes consideraciones:

- a) La preocupación de este grupo de empresarias, debido a los bajos niveles de la educación nacional, es representativo de lo que ocurre en diversos sectores y clases de nuestra sociedad, en la que prevalece una creciente conciencia de nuestra desventaja educativa, en una época en que las fronteras se abren a la competitividad internacional.
- b) La preocupación de las empresarias se debe en gran parte, a que son mujeres, y como tales, han tenido a su cargo la responsabilidad

de la educación de sus hijos y en consecuencia son más sensibles a este tipo de problemas que los empresarios hombres. (Para comprobar lo anterior habría que hacer un cuestionario que permitiera comparar las respuestas de las empresarias, con las de los empresarios).

- c) La preocupación por la educación la comparten tanto empresarios como empresarias que requieren de un personal con mayor grado de calificación y preparación técnica. Por lo tanto la mención a las deficiencias educativas refleja la preocupación y necesidades que su empresa tiene en este sentido.²⁴

Sin embargo, también es de tomarse en cuenta, que las respuestas obtenidas pueden explicarse por cuestiones coyunturales, lo cual explicaría quizá, el cambio en las preocupaciones reflejadas entre las empresarias que contestaron el cuestionario que se aplicó a las asistentes al II Congreso que se efectuó en la ciudad de México, un año después. En esta ocasión, se detectaron en primer lugar fuertes críticas al gobierno que se expresaron al identificar los principales problemas del país, como aquellos causados por los “malos funcionarios” y la “regulación excesiva”. El segundo malestar entre las empresarias lo siguió ocupando la situación económica que se manifestó fundamentalmente como la denuncia a la “pérdida del poder adquisitivo”. Aunque la educación sigue considerándose un problema importante, en 1992 sólo alcanzó el tercer lugar entre las menciones.

Al respecto, creemos que el malestar hacia el gobierno, que se manifestó en el Congreso de marzo de 1992, encuentra su explicación en gran medida, en la reacción en contra de la miscelánea fiscal, dada a conocer unos meses antes. Esto se evidenció en las propias actividades del Congreso, dentro de las cuales se programó una conferencia del Subsecretario de Ingresos durante la cual, fue abordado insistentemente con preguntas e intervenciones críticas de las empresarias.

Por otro lado, la aparente reducción significativa de la preocupación por la “educación nacional” puede explicarse por el efecto del cambio de funcionarios en la Secretaría de Educación Pública y la intensa

²⁴ A pesar de que conviene considerar esta posibilidad, en la actual muestra no parece ser el caso, dado el bajo porcentaje de empresarias que señaló como problemas de su empresa, los vinculados con la preparación del personal.

campaña en favor de la "modernización educativa" que se inicia a partir de entonces. De hecho en 1992, un número minoritario de empresarias ya señalan la modernización educativa entre los principales avances del país.

Otro problema que se denunció insistentemente en 1992 es el de la contaminación. El hecho de que la sede del Congreso fuera en la ciudad de México con la mala calidad del aire durante los meses de febrero y marzo explican sin duda, el malestar de las empresarias y de la población en general. Uno de los temas de la agenda del Congreso de 1992 fue precisamente el de "la conciencia ecológica".

Ahora bien ¿cuáles son considerados los principales avances y oportunidades que brinda el país?

En términos generales pudimos observar que las mujeres entrevistadas tienden a identificar más fácilmente lo que consideran los problemas, que lo que se visualiza como avances u oportunidades en el país.

Mientras que en la parte del cuestionario donde se les pedía señalar los primeros, hubo un 12% de respuestas no contestadas, en la sección que solicitaba el listado de las oportunidades, las abstenciones alcanzaron el 28%.

Como factor positivo de la política económica de los últimos dos años, en 1991 las empresarias mencionan en primer lugar (con un 31% de respuestas) los temas vinculados con la apertura comercial, el libre comercio internacional y el tratado de libre comercio entre Estados Unidos, México y Canadá.

La segunda gama de factores que se mencionan como positivos, son los relacionados con la estabilidad económica (8%), la privatización de empresas públicas (5%); y la confianza en el gobierno (4%). Con menos del 4% de menciones se señalan otras cuestiones, entre las que están: lo que se concibe como cierta mejoría en el sistema educativo, la personalidad del presidente Salinas y la estabilidad política.

Así, tenemos que entre la mayoría de las entrevistadas hay un gran optimismo, que incluso podríamos calificar de esperanzador, frente a las posibilidades que se pueden abrir con el tratado de libre comercio y en general la apertura de los mercados a nivel mundial. Las simpatías por éste fueron aún más evidentes en las respuestas obtenidas en el cuestionario que se aplicó en 1992, donde un 40% de las entrevistadas mencionó la apertura comercial como el principal avance del país, y en segundo lugar la "estabilidad de la inflación" (con un 17% de respuestas). Al respecto sería interesante averiguar hasta qué punto el apoyo y convencimiento hacia la apertura comercial y el TLC se debe: tanto a los efectos

de la propaganda en que éste se ha realizado, como al hecho de que —como ya se ha señalado— la mayoría de las empresarias entrevistadas en las dos ocasiones, se ubican en el área de comercios y de servicios, y no en los sectores industriales, algunos de los cuales tienden a sentirse más afectados por la liberalización de las importaciones. Las empresarias entrevistadas parecen tener una gran confianza en la posibilidad de importar en forma más ventajosa, parte de los productos que ofrecen y a la vez estar en posibilidades de vender los suyos en el exterior.

Por otro lado es interesante hacer notar que, a diferencia de lo que encontramos al mencionar los obstáculos del país, en lo relativo a los avances no registramos cambios significativos en las respuestas de 1991 y 1992. En las dos ocasiones, la apertura comercial, la estabilidad económica y la privatización de empresas fueron considerados como los principales factores positivos.

El interés por la apertura comercial y por el tratado de libre comercio, ciertamente fue uno de los puntos fundamentales de la agenda en el Segundo Congreso, el que precisamente se anunció bajo el título de “empresarias sin fronteras”. Además de la conferencia sobre temas fiscales, los eventos que despertaron más interés dentro del programa fueron precisamente los relacionados con el tratado de libre comercio y la competitividad internacional.²⁵

Las empresarias y los partidos políticos

En la última parte del cuestionario se hicieron algunas preguntas sobre actitudes y opiniones políticas.

La impresión que se tiene del trabajo de campo, es que muchas empresarias rechazan abiertamente la participación o la inclinación en cualquier actividad que pueda ser considerada “política”. Esto se evidenció en algunas respuestas que expresaban cierto malestar por haber incluido este tipo de preguntas. El rechazo de las mujeres empresarias a “la política” se sustenta en una relación que frecuentemente se establece entre ésta y los contenidos morales de carácter negativo. Por otro lado,

²⁵ Como parte de las conferencias relacionadas con estos temas, hubo una conferencia interactiva sobre “El Mercado de Trabajo entre México y Estados Unidos bajo un régimen de Libre Comercio”, la Conferencia “Competitividad Internacional”, y la que dictó Julio Millán con el título de “La otra cara del Tratado de Libre Comercio”.

como señalamos anteriormente, la visión de los cargos públicos ocupados por políticos, se vincula frecuentemente con la ineficiencia y la corrupción, por lo que parece haber una clara voluntad de diferenciar entre la política y lo “público” y el área de la “empresa privada”.

Ante la pregunta sobre: si existen simpatías personales por algún partido político, hubo 21% de abstenciones, el 40% de las entrevistadas contestó que no simpatiza con ningún partido político y en un 36%, la respuesta fue afirmativa.

Entre estas últimas, que sumaban un total de 50 empresarias, 28 contestaron que simpatizaban con el Partido Revolucionario Institucional (PRI), 14 con el Partido Acción Nacional (PAN) y 2 por el Partido de la Revolución Democrática (PRD). Otras contestaron que se identificaban con el programa personal de Carlos Salinas de Gortari (2 casos), o que su inclinación variaba según aquel partido que pudiera dar lo mejor al país.

En términos de la distribución regional de las simpatías políticas, los datos mostraron que la mayoría de las empresarias panistas se concentran en el Distrito Federal, en Jalisco y en Sinaloa, y con menor inclinación también en los estados de Nuevo León, Sonora y Guanajuato.

Al respecto y en lo relacionado a la edad, también es importante destacar que no aparecieron diferencias significativas entre ésta y la inclinación por algún partido político. (Aproximadamente la mitad de las simpatizantes del PAN tienen menos de 40 años, y la mitad más de cuarenta, en una proporción similar se encuentran las simpatizantes del PRI).

Reflexiones finales

Más que un trabajo que pretenda llegar a conclusiones, la presente ponencia es un avance de investigación a partir de la cual se pueden obtener algunas pautas y sugerencias para el estudio de la participación política de las mujeres empresarias en México.

En la medida en que no se encontró información bibliográfica y hemerográfica sobre el tema, se considera que el rastreo a partir de la participación en agrupaciones empresariales y las técnicas de entrevistas y cuestionarios empleadas en la presente investigación, son recursos adecuados para adentrarnos en la materia.

Sin embargo, en lo que respecta a asociaciones de mujeres empresarias, el alcance de este estudio es aún muy limitado. En una segunda etapa éste debiera ampliarse para incluir -además de AMMJE- a otras agrupaciones como la Asociación de Mujeres Profesionistas y de Negocios o el grupo de mujeres-comerciantes que se ha constituido dentro de la Cámara de Comercio de la Ciudad de México- CANACO. Por otro lado, también sería importante no limitarnos a éstas, sino analizar más a fondo el papel de las mujeres en las principales organizaciones empresariales del país; así como detectar si hay cambios en lo referente a la participación de la mujer en las mismas.

Lo hasta ahora expuesto, no son más que los resultados de un estudio piloto de carácter exploratorio que -como hemos mencionado previamente- no contemplaba inicialmente, dentro de sus objetivos básicos, el estudio de la participación política, sino más bien, la situación económica y social de las entrevistadas. Consecuentemente, el cuestionario aplicado tuvo serias limitaciones para detectar las preocupaciones en el tema que hoy nos ocupa. Para una investigación futura éste debiera ser reformulado de tal forma que logre detectar el amplio espectro de lo político que, en definitiva, no puede reducirse ni a la participación en asociaciones profesionales o de negocios, ni al recuento de las opiniones expresadas sobre los principales problemas y avances del país, ni tampoco a las actitudes frente a los partidos políticos.

Por otro lado, como también resulta evidente, por las propias limitaciones de tiempo y recursos de la investigación, el cuestionario se aplicó a una población "prácticamente cautiva" (concentrada en un auditorio con motivo de los eventos) lo cual pudo dar lugar a muchas apreciaciones parciales. Lo ideal sería que el cuestionario fuera levantado dentro de una muestra representativa de las empresarias a nivel nacional.

Por último y en ausencia de estudios específicos sobre el caso de México (y parece ser que, de América Latina en general) el trabajo debiera nutrirse de la bibliografía que existe sobre mujeres empresarias en otros países como Estados Unidos, Canadá, Inglaterra y en las naciones del Sureste Asiático.²⁶ La consulta de estos materiales nos daría posibilidades de desarrollar una estrategia comparativa que sin duda enriquecería la investigación.

²⁶ Entre los numerosos trabajos que existen sobre el tema pueden consultarse los textos de Carter y Cannon, 1992; Gosselin y Grise, 1990; de Itao y Sim, 1988; Lei Ming, Chin Yin, Sew Noi y Norma Mansur, 1991; Salganicoff, 1990; Zentara, 1987.

Bibliografía

- Alba, Carlos, 1992; "La microindustria ante la liberalización económica y el Tratado de Libre Comercio", en *Los Empresarios Mexicanos frente a la Globalización*, ponencias presentadas en el V Encuentro Nacional de Investigadores sobre empresas y empresarios en México, Colima.
- Arriola, Carlos, 1981; *Los Empresarios y el Estado*, UNAM-Porrúa, México, D. F.
- Camp, Roderic A., 1990; *Los Empresarios y la Política en México*, Fondo de Cultura Económica, México.
- Carter, Sara Y Cannon, Tom; *Women as Entrepreneurs*, Academic Press, Norfolk, London.
- Derossi, Flavia, 1977, *El Empresario Mexicana*, UNAM.
- De Barbieri, Teresita, "Los ámbitos de acción de las mujeres", en *Revista Mexicana de Sociología*, México, núm.1, 1991, Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM, p.205.
- Gosselin, Lee Y Grise J. 1990; "Are Women Owner-Managers Challenging our definitions of entrepreneurship? An In-Depth Survey", en *Journal of Business Ethics*, Kluwer Academic Publishers, The Netherlands.
- Itao, Arnulfo Y Sim Mary (editors) 1988; *International Workshop of Women Entrepreneurship*, Manila, Filipinas
- Labastida, Julio (compilador) 1986; *Grupos Económicos y organizaciones empresariales en México*, Alianza Editorial Mexicana, México, D. F.
- Pozas Ricardo y Luna Matilde (coordinadores), *Las Empresas y los Empresarios en el México Contemporáneo*, Eblase-Grijalbo, México.
- Mei Ling, Ching Yin, Siew Nooi y Norma Mansur, 1991, *Women Managers of Malaysia*, faculty of Economics and Administration, University of Malya.
- Meynaud, Jean, 1972, *Los Grupos de Presión*, Eudeba, Buenos Aires.
- Puga, Cristina; "La Confederación de Cámaras Industriales" en *El Triestre Político*, México, Año 1, Num 3, enero-marzo de 1976.
- Salgannicoff, Matilde; "Women in Family Business: Challenges and Opportunities" en *Family Business Review*, Vol III, n. 2, Jossey -Bass Inc Publishers, California.

- Shafer, Robert, 1973, *Mexican Business Organizations, History and Analysis*, Syracuse University Press, 1973.
- Weber, Max, 1982; *Escritos Políticos*, Folios Editores, México.
- ; 1978 *Sociología de la Religión*, Editorial la Pléyade, Buenos Aires.
- Young C. Earl y Welsh, Harold, 1991-1. "Family Integration in Male and Female Owned Business in México", ponencia presentada en el International Council for Small Business, June 23-27, Viena, Austria.
- , 1991-2, "The Autonomous Woman Entrepreneur in Two Cultural Settings", ponencia presentada en la reunión del Small Business Institute Directors Association, February 7-10, Orlando, Florida.
- Zabludovsky, Gina, 1979 ; *Las organizaciones Empresariales en México* (Comportamiento Político-ideológico 1946-1956), Tesis de Licenciatura en Sociología, UNAM, México.
- , *México: estado y empresarios*, programa de Investigación. Escuela Nacional de Estudios Profesionales Acatlán, México.
- Zentara, Margerite, 1987, *Women, Technology and Power*, AMACOM.

Otros materiales

- Censo General de Población y Vivienda, 1990, INEGI, México.
- Censo de Población y Vivienda del Distrito Federal, 1990. INEGI, México.
- Directorios y Boletines, CONCAMIN y CONCANACO.
- Boletines Informativos de AMMJE, Guadalajara y México.

Entrevistas

- Entrevista 1. Martha Mercado- Fundadora de Banca de la Mujer y de AMMJE de Guadalajara.
- Entrevista 2. Patricia Vergara de Müller.- Presidenta de AMMJE- Occidente durante el período 1990 y 1991.
- Entrevista 3. Araceli Ruiz Vivanco - Presidenta de AMMJE D.F. 1992-1993