RELACIONES DE **PODER** DE **MUJERES EMPRESARIAS** EN LA INDUSTRIA RESTAURANTERA

Tania M. Hernández Rodríguez

Universidad de Guadalajara
2019

RELACIONES DE **PODER** DE

MUJERES EMPRESARIAS

EN LA INDUSTRIA RESTAURANTERA

Tania M. Hernández Rodríguez

Universidad de Guadalajara
2019

Este libro fue sometido a un proceso de evaluación por pares, en condiciones de anonimato, de acuerdo con las normatividad que regula la producción editorial del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad de Guadalajara.

Esta publicación fue auspiciada por el proyecto p/pfce-2018-14-msu0010z-12, "Consolidación de la capacidad y competitividad académica del cucea a través de los ejes de formación integral, vinculación, internacionalización, sustentabilidad y equidad de género.

Primera edición 2019
D.R. © Universidad de Guadalajara
Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas
Periférico Nte. 799, núcleo universitario Los Belenes
45100, Zapopan, Jalisco

ISBN: 978-607-547-560-8

Impreso y hecho en México
Printed and made in Mexico

Indice General

Índice General 3

Índice de Tablas 7

Índice de Gráficas 7

Introducción 9
1. Estado del Arte Mujeres Empresarias 11
2. Género y Empoderamiento como referentes teóricos 17

Capítulo I La categoría de género y el empoderamiento 25
1. El género como eje articulador para el estudio de las empresarias 26
2. El género como elemento configurador de las relaciones de poder de las mujeres empresarias 29
3. El empoderamiento como herramienta para el análisis de las relaciones de poder de las mujeres empresarias 32
4. ¿Estrategias o tácticas? en los procesos de empoderamiento de las mujeres 35
5. Dimensiones del empoderamiento 38
6. ¿Se puede medir el empoderamiento? Debates con respecto a la medición del empoderamiento 40

Capítulo II Trayectoria metodológica 49
1. El método 50
2. Estrategias metodológicas 51
Cursos de vida 52
Relatos de vida 54
Integración de los relatos y cursos de vida 55
3. Producción de información 56
4. La muestra 57
5. Criterios para selección de informantes 58
6. Técnicas de recolección de la información 59
Entrevistas a profundidad 59
Observables por eje temático 61
7. El instrumento 64

8. Análisis de la información 64
Transcripción 65
Codificación 65
Categorías de análisis 66
Análisis de la narrativa 68
9. Datos estadísticos 69

Capítulo III Conceptualizando a las empresarias 71
1. Análisis diacrónico del concepto de empresario 72
2. Complejización del concepto de empresaria 82

Capítulo IV Empresarias de la Zona Metropolitana de Guadalajara 91
1. La feminización del mercado laboral en México 92
2. Papel de las mujeres empresarias en la economía 96
Empresas propiedad de mujeres 103
Tiempo de vida de las empresas de mujeres 107
Sectores y actividades en las que participan las empresarias 108
3. Las mujeres dirigen la cocina: empresarias de la rama restaurantera 111
Antecedentes de la industria restaurantera en México 111
Caracterización de la rama restaurantera 114
Empresarias de la rama restaurantera en la ZMG 117
Participación de las mujeres en la CANIRAC 120
4. Perfil de las empresarias restauranteras de la ZMG 121

Capítulo V Empresarias restauranteras de la ZMG: medianas empresas 135
1. "Uno como mujer nunca suelta a su familia, para nosotras es doble esfuerzo". El caso de Alejandra 137
Antecedentes familiares 138
Composición familiar actual 139
Educación formal 141
Descripción del restaurante 142
Inicio de la actividad empresarial 143
Capacidad individual y confianza 144
Conflictos y obstáculos 147
Estrategias de resistencia, compensación, negociación y subordinación 150
Redes de fortalecimiento 152

2. "La seguridad en mi persona es resultado del negocio, mis estudios y la capacidad de tomar decisiones y por supuesto asumir las consecuencias de las mismas, sean buenas o malas". El Caso de Mariana 154
Antecedentes familiares 154
Composición familiar actual 156
Educación formal 158
Descripción de los restaurantes 159
Inicio de la actividad empresarial 161
Capacidad individual y confianza 163
Situaciones de conflicto por actividad empresarial 166
Estrategias de resistencia, compensación, negociación y subordinación 168
Redes de fortalecimiento 170
3. "Yo me considero una persona contenta, pero no satisfecha... todavía". El Caso de Patricia 172
Antecedentes familiares 173
Composición familiar actual 174
Educación formal 175
Descripción del restaurante 177
Inicio de la actividad empresarial 178
Capacidad individual y confianza 180
Conflictos y obstáculos 182
Estrategias de resistencia, compensación, negociación y subordinación 184
Redes de fortalecimiento 186
4. Reflexiones en torno a las empresarias restauranteras propietarias de medianas empresas 189

Capítulo VI Empresarias restauranteras de micronegocios. 193
1. "La única herencia que me dejo mi padre es enseñarme a trabajar" El Caso de María 194
Antecedentes familiares 194
Composición familiar actual 195
Educación Formal 197
Descripción del restaurante 198
Inicio de la actividad empresarial 199
Capacidad individual y confianza 200
Conflictos y obstáculos 202
Estrategias de resistencia, compensación, negociación y subordinación 203

Redes sociales de apoyo 205

2. "...Me siento súper cansada porque... no tengo un día de descanso, si no trabajo... mis hijas no comen". El Caso de Ana 206
Antecedentes familiares 207
Composición familiar actual 208
Educación formal 209
Descripción del restaurante 210
Inicio de la actividad empresarial 211
Capacidad individual y confianza 212
Conflictos y obstáculos 214
Estrategias de resistencia, compensación, negociación y subordinación 216
Redes sociales de apoyo 217
3. Reflexiones en torno a las empresarias restauranteras propietarias de micronegocios 218

Capítulo VII. Reconstrucción del proceso de empoderamiento de las mujeres empresarias 225
1. Empoderamiento en la dimensión individual 227
Conflictos en la dimensión individual 239
Estrategias presentes en la dimensión individual 243
2. Empoderamiento en la Dimensión de Relaciones Colectivas . 246
Conflictos en la dimensión de las relaciones colectivas 252
Estrategias presentes en la dimensión de relaciones colectivas 256
3. Empoderamiento en la Dimensión de Relaciones Cercanas ... 261
Conflictos en la dimensión de las relaciones cercanas 268
Estrategias presentes en la dimensión de relaciones cercanas 271
4. Reconstrucción del proceso de empoderamiento de las empresarias 276

Conclusiones 281
Referencias Bibliográficas 289
Anexos 315

Índice de Tablas

Tabla 1. Ejes Temáticos y Observables 61
Tabla 2. Síntesis diacrónica del concepto empresario por autor y escuela de pensamiento 79
Tabla 3. Posición en la ocupación de la PEA 95
Tabla 4. Distribución de empleadoras por tamaño de empresa 105
Tabla 5. Distribución de empresarias por sector de actividad económica 110
Tabla 6. Año de inicio de actividades de las mujeres dueñas de restaurantes 119
Tabla 7. Empresarias de la rama restaurantera por rango de edad ... 124
Tabla 8. Empresarias de la rama restaurantera de la ZMG por rango de edad y estado civil 127

Índice de Gráficas

Gráfica 1 Índice Nacional de Desarrollo relativo al Género 2005 43
Gráfica 2 Índice Nacional de Potenciación de Género 2000 - 2005 44
Gráfica 3 Indice de Desarrollo relativo al Género de los municipios que conforman la ZMG 2005 44
Gráfica 4 Índice de Potenciación de Género de los municipios que conforman la ZMG 2005 45
Gráfica 5 Tendencia de participación laboral en México 93
Gráfica 6 Hombres y Mujeres empresarios en México 100
Gráfica 7 Tendencia de la participación de las empresarias en México 101
Gráfica 8 Tendencia de la participación de las empresarias en la ZMG 102
Gráfica 9 Comparativo de la participación de las mujeres como empresarias a nivel nacional, estatal y en la ZMG durante el año 2010 103
Gráfica 10 Porcentaje de Empleadores en México por sexo y tamaño de empresa 104
Gráfica 11 Histórico del tamaño de las empresas propiedad de mujeres 105

Gráfica 12 Tamaño de las empresas propiedad de mujeres en la ZMG 106
Gráfica 13 Tiempo de vida en el mercado de las empresas propiedad de mujeres 107
Gráfica 14 Participación de hombres y mujeres empresarios por sector de actividad económica 108
Gráfica 15 Ramas de participación económica del sector servicios, por sexo de los propietarios 109
Gráfica 16 Unidades económicas de la rama restaurantera en el estado de Jalisco 117
Gráfica 17 Empresas de mujeres en la rama restaurantera de la ZMG 118
Gráfica 18 Tamaño de las empresas restauranteras propiedad de las mujeres 120
Gráfica 19 Rangos de edad de hombres y mujeres empresarias de la rama restaurantera en la ZMG 122
Gráfica 20 Histórico del rango de edad de las empresarias restauranteras de la ZMG 123
Gráfica 21 Estado civil por sexo de los empresarios restauranteros de la ZMG 125
Gráfica 22 Histórico del estado civil de las empresarias restauranteras de la ZMG 126
Gráfica 23 Número de hijos o hijas por empresaria de la rama restaurantera de la ZMG 128
Gráfica 24 Jornada de trabajo de las empresarias de la rama restaurantera 129
Gráfica 25 Nivel de estudios de hombres y mujeres empresarias de la rama restaurantera 130
Gráfica 26 Nivel de instrucción de las empresarias de la rama restaurantera 131
Gráfica 27 Ingresos de las empresarias de la rama restaurantera 132

Introducción

La presencia de las mujeres en todos los espacios sociales ha desafiado los roles tradicionales de la división sexual del trabajo, incluso muestra como las mujeres en busca de nuevas identidades han roto con el imaginario de que la inteligencia, la fuerza y el poder son exclusivos de los hombres. Ellas se esfuerzan por romper con el mito de que el espacio privado es donde encuentran su realización como amas de casa, esposas y madres, para plantearse la posibilidad de desarrollarse en el espacio público como profesionistas exitosas. No obstante, las responsabilidades familiares, la falta de calificación e incluso las restricciones culturales se presentan como un obstáculo para que las mujeres tengan acceso a un empleo asalariado que les permita un desarrollo profesional y un crecimiento económico.

En las últimas décadas el trabajo autónomo se ha cristalizado como una alternativa de generación de ingresos para las mujeres, les permite convertirse no solo en mujeres independientes, sino, que en algunos casos además en mujeres empresarias, generadoras de fuentes de empleo. Durante la segunda mitad del siglo XX la participación de la mujer en el mercado de trabajo se visualizó como una alternativa para alcanzar los objetivos de desarrollo y crecimiento económico sostenido de las naciones, a principios del año 2000 en el *Global Entrepreurship Monitor 1999*, Reynodls, Hay y Camp concluyeron que un mayor y más rápido crecimiento en la creación de nuevas empresas puede lograrse aumentando la participación de las mujeres en el proceso empresarial, lo que podría disminuir en dos terceras partes las diferencias de la actividad empresarial entre países.

Estudios realizados han demostrado que la incursión femenina al sector empresarial se ha incrementado de manera notable en las últimas décadas. Según la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE, 2004) en Europa existen más de 10 millones de mujeres autoempleadas,[1] mientras que en Estados Unidos se registran 6.4 millones. En América Latina la situación no es diferente, en la última década la participación de las mujeres como empresarias incrementó del 2.5% al 3.8% (Heller, 2010), mientras que en México, de 1970 al 2010 la participación de las mujeres en la actividad empresarial presentó un incremento del 17% (Zabludovsky, 2013).

El incremento de la participación de las mujeres como propietarias de empresa, se puede explicar a través de los años de recesión y de reestructuración económica que desde la década de los setenta se viven en México. Algunos autores aseguran que ellas incursionan a este ámbito laboral como actores económicos emergentes, que reaccionan ante la necesidad económica que tienen en determinada etapa de su vida de colaborar con el ingreso y sustento de los hogares, mientras que otros investigadores las presentan como mujeres autónomas, visionarias y emprendedoras que ven en sus negocios propios una oportunidad de proyección profesional. A este respecto, Zabludovsky (2002), señala que las empresas de mujeres constituyen entre una tercera y cuarta parte de los negocios en México en donde más del 68% de las unidades económicas propiedad del género femenino se ubican en el sector servicios (Cerda, 2008).

Si bien es cierto, se identifican mujeres empresarias en gran parte de las ramas económicas, su mayor concentración es en el sector servicios ya que este sector se ha vuelto una alternativa de empleo tanto para la fuerza de trabajo desplazada de la manufactura como para la creación de nuevas fuentes de empleo (García, 2005). Además de que el acceso de las mujeres a este sector económico se facilita no sólo a través de financiamientos para la creación de micro y pequeñas empresas, sino que también se asocia con los atributos femeninos y con sus roles tradicionales (maternidad, cuidados, educación, afecto, comprensión, delicadeza, entre otros). Además, Zabludovsky (2013) señala que este fenómeno se observa principalmente en las zonas urbanas, donde la contribución de las mujeres en el sector rebasa en número las empresas que son propiedad de hombres.

---

[1] Para efectos de contextualización se muestran los datos estadísticos de autoempleadas y empresarias, que como se analizará capítulos más adelante, la diferencia entre estos se origina desde la formulación de los instrumentos estadísticos oficiales con que cada país presente sus informes.

En México la mayor participación de mujeres propietarias de negocios del sector terciario se localizan dentro de las 55 zonas metropolitanas del país[2] (INEGI, 2004). En el caso de la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG), el grueso de empresas femeninas dentro del sector terciario, se localiza en los municipios de Guadalajara y Zapopan, cuyas principales actividades económicas son: escuelas, hospitales, ventas al menudeo, galerías, cafés y restaurantes (Barajas, 2010), siendo estos últimos donde se identifica mayor participación de las empresarias.

Las cafeterías y restaurantes, forman parte de la rama restaurantera del sector terciario, que hasta el año 2010 contaba con 392,242 establecimientos denominados restaurantes o con servicios de alimentos, con una participación del 4.5% en el Producto Interno Bruto (PIB) (Censos Económicos 2009, 2010). Los estados que se caracterizan por tener un sector restaurantero dinámico y en constante expansión son el Distritito Federal, Jalisco, Veracruz, Puebla y el Estado de México (INEGI, 2010). En el caso del Estado de Jalisco al 2010 se contabilizan 27,637 establecimientos de preparación y venta de alimentos, de los cuales el 52% se encuentran concentrados en la ZMG (SEIJAL, 2010).

Cabe destacar que el incremento de la inserción de mujeres al mundo empresarial no sólo se limita a la generación de empleo y a su aportación económica, sino que además contribuye con el ámbito empresarial a través de reconocer las diferencias que se presentan entre hombres y mujeres, durante el proceso administrativo que implica la operación y dirección de una empresa como responsables de una estructura organizacional que a su vez lleva la carga moral de quienes laboran y económicamente dependen de su capacidad de gestión empresarial. Por lo tanto, a mediados de la década de los ochenta se dio inicio a una serie de investigaciones en torno a la participación de las mujeres en el ámbito empresarial.

1. Estado del arte. Mujeres empresarias

Durante la revisión de referencias bibliográficas para la formulación del estado de la cuestión sobre investigaciones realizadas sobre la participa-

---

[2] Las zonas metropolitanas son definidas por el INEGI como: Fusión urbanística de un conjunto de localidades de 2,500 o más habitantes (o cualquier cabecera municipal, independientemente de su tamaño), de las cuales al menos una tiene 50,000 o más habitantes (de acuerdo con el último censo o conteo de población). Por lo que se consideran como Área Metropolitana de Guadalajara, los municipios de Guadalajara, Zapopan, Tonalá, Tlaquepaque, Tlajomulco y El Salto. En adelante se denominara ZMG.

ción de las mujeres en el papel de empresarias, se identificó que la mayoría de los trabajos se centraron en: describir las características socio-demográficas de las mujeres empresarias y de sus empresas; identificar los motivos y circunstancias bajo las cuales se autoemplearon así como los principales obstáculos que enfrentaron dentro de su paso por la actividad empresarial. Autores como Lee-Gosselin y Grissé (1990) e Inman (2000), caracterizan a las empresarias a partir de los recursos materiales que poseen, por lo que sus tipologías obedecen al tamaño de las empresas, al nivel de ingresos y la cantidad de trabajadores a su cargo.

Algunas otras investigaciones establecieron tipologías a partir de las diferencias identificadas como parte de las empresarias. Goffee y Scase (1985) realizaron un estudio en Londres, donde de acuerdo a su aceptación a la reproducción de las actividades tradicionalmente femeninas generaron una tipología, ellos las denominan empresarias convencionales, domésticas, innovadoras y radicales. En 1992, Carter y Cannon cuestionan la clasificación hecha por Goffe y Scase, ya que no incluyeron el ciclo de vida de las mujeres para desarrollar su tipología y proponen una tipología a partir los rangos de edad: siendo las errantes las mujeres más jóvenes, seguidas por las aspirantes; las triunfadoras; las que retornan, y finalmente las tradicionalistas. Un estudio más realizado por Arias (2001) en zonas rurales y ciudades pequeñas y medias del occidente México, sobre la participación de las mujeres en los negocios, identificó dos tipos de mujeres, las primeras a las que denomino mujeres en negocios que se caracterizaron por mantener papeles tradicionales asociados a la mujeres y que incursionaron en los negocios por una situación fortuita, mientras que las denominadas mujeres de negocios rechazaban los papeles tradicionales y mostraban una actitud emprendedora.

Con respecto al perfil de las mujeres empresarias y las características de sus empresas, los objetivos de las investigaciones se han enfocado en identificar los aspectos sociodemográficos de las propietarias y el tamaño de las empresas, así como su participación en el mercado. Zabludovsky (1995, 1998, 2001, 2002 y 2013), Lieve (2000), INMUJERES (2003), Cerda (2008) y Antón y Peña (2010), coinciden fundamentalmente en dos aspectos: 1) el rango de edad predominante en las empresarias comprende los 35 y 54 años; y 2) la mayoría de las mujeres empresarias están casadas o unidas; sin embargo, en un estudio posterior Zabludovsky (2001a) identifica una tendencia importante con relación al estado civil de las empresarias en donde la proporción de mujeres separadas, divorciadas o solteras que incursiona a las actividades empresariales va en aumento, mientras que el INEGI (2009) establece que, las mujeres indistintamente de su si-

tuación conyugal participan en las actividades domésticas del hogar en un 98%, por lo que es posible establecer que las empresarias realizan una doble jornada, por un lado se encuentran en etapa de vida reproductiva, realizando actividades domésticas que implican la administración del hogar y la educación de los hijos y por el otro dirigiendo un fuerza laboral y generando recursos como responsables de una unidad económica.

Al hablar del nivel de estudios de las mujeres empresarias, los estudios de Lieve (2000), INMUJERES (2003) y Cerda (2008) establecen que un 50% de las mujeres empresarias tienen como grado máximo de estudios una licenciatura y que en comparación con el género masculino no marca ninguna diferencia representativa (Observatorio PYME México 2003, en Cerda, 2008), la diferencia representativa de acuerdo con Guzmán y Rodríguez (2008) radica en que las mujeres presentan un menor grado de formación orientada a la actividad empresarial. En el caso de mujeres y hombres empresarios en México, si bien es cierto no tienen diferencias significativas, el grado máximo de estudios los ubica en el nivel medio superior.

Sobre la clasificación del tamaño de sus empresas, los resultados presentados por Zabludovsky (1995, 1998, 2001, 2001ª y 2002), Weeks y Seiler (2001), INMUJERES (2003) y Cerda (2008) coinciden al establecer que más del 50% de las empresas de mujeres se clasifican como microempresas[3] y en su mayoría tienen en el mercado una antigüedad menor o igual a 5 años, se ubican en el sector terciario, por lo que su inserción en el comercio y los servicios, se ha convertido en la base de la nueva identidad femenina que confirma que la terciarización de las mujeres empresarias es una realidad que se ha fortalecido en los últimos años (Martínez, 2004).

Otro elemento que se ha estudiado como parte del perfil de las mujeres empresarias es la motivación que la impulsa a incursionar en el mercado empresarial. Se han identificado motivaciones que van desde la necesidad de obtener ingresos propios y mejorar su situación (INMUJERES, 2003), pasando por la posibilidad de armonizar sus roles personales con los profesionales (Serna, (2003), hasta el deseo de las mujeres por tener un negocio propio (Cerda, 2008). Al respecto, Gatewood, Gartner y Shaver (1995) desarrollan una clasificación de los tipos de motivos por

[3] Existe una serie de clasificadores con respecto al tamaño de las empresas, algunos utilizan la cantidad de trabajadores que emplean, mientras que otros determinan el tamaño de la unidad económica a partir de los montos de utilidades por año que generan, no obstante para efectos de esta investigación se toma como referencia la clasificación establecida por el INEGI.

los que las mujeres ingresan al mundo empresarial: intrínsecos, extrínsecos y transcendentales, que de acuerdo con Moult y Andersen (2005) están condicionados por la edad. Así que las motivaciones de carácter intrínseco y transcendental son para las empresarias maduras, mientras que los motivos extrínsecos son para las jóvenes mujeres de empresa. Los motivos de tipo extrínseco más citados por las empresarias son el autoempleo y los techos de cristal; argumentan la motivación intrínseca a la necesidad de logro, autorrealización y deseo de independencia, mientras que como motivos trascendentales señalan el deseo de compaginar tareas empresariales con familia y hogar (Buttner y More, 1997).

También se identificaron investigaciones sobre los diferentes estilos de liderazgo que ejercen las empresarias, mientras que para algunos investigadores, tanto hombres como mujeres, en términos de personalidad tienen fuertes similitudes: son enérgicos e independientes (Hofstede, 1981 citado en Burns, 2005) para otros autores las diferencias que existen en cuanto al estilo de gestión de las mujeres respecto al de los empresarios masculinos, se establece a partir de las diferencias en sus empresas y no depende de las estructuras simbólicas del género (Guzmán y Rodríguez, 2008). Sin embargo, es común que el mundo empresarial femenino este plagado de supuestos sobre el manejo que las mujeres tienen de sus empresas.

Menziez (citada en Hernández, 2010) desarrolla una crítica sobre los estereotipos relacionados con las empresarias. Ella señala que son resultado de los elementos motivacionales del perfil femenino, en él se generaliza que las mujeres: 1) No quieren su propio negocio formal; 2) No tienen educación o experiencia para manejarlo; 3) Carecen de redes convenientes; 4) No tienen apoyo financiero; 5) No se someten a planes de negocio; 6) No están en industrias que los capitalistas encuentran atractivas; y 7) No constituyen una fuerza en la industria de capital empresarial, en otras palabras, las diferencias sustanciales que existen entre hombres y mujeres empresarios al momento de manejar sus empresas tienen como origen las características culturales del género (Toribio, Rodríguez y García, 2003).

Existen autores que establecen que estas diferencias - características del género femenino - han empezado a mostrarse útiles en la gestión empresarial (Heilman y Chen, 2003). Donde, los hombres desarrollan un estilo de gestión transaccional basado en resultados y las mujeres desarrollan un estilo de gestión transformacional para lograr que el interés grupal esté por encima del interés personal (Álvarez y Meyer, 1998). Así, Rosener (1990), sugiere que las mujeres desarrollan un comportamiento

diferente al de sus homónimos masculinos en el desempeño de las funciones gerenciales; concretamente las mujeres adoptan un estilo de gestión empresarial que se apoya en valores culturales y sociales, prefieren un estilo de dirección más participativo y democrático, buscan el consenso entre sus empleados, delegan más responsabilidades y comparten más información, lo que permite a las empresarias acceder al poder y control sobre sus empresas, lográndose una gestión más efectiva que facilita el desarrollo de sus empleados por medio de una visión de equipo (Rosener, 1990; Fremman y Varey, 1997).

Otra diferencia identificada con respecto a las estrategias empresariales entre hombres y mujeres, es el mercado al que dirigen sus ventas (Zabludovsky 1998, INMUJERES 2003 y Cerda 2008), mientras que las empresas dirigidas por mujeres concentran sus ventas en el mercado nacional, los hombres focalizan sus energías en expandir sus mercados (Guzmán y Rodríguez, 2008). Sin embargo esta diferencia se puede explicar debido a que más del 68% de las empresas de mujeres se ubican en el sector terciario o, como lo señalan Alsos y Ljunggren (1998), se atribuye tanto a la falta de experiencia laboral como a la incipiente inversión en el uso de tecnología e innovación de las empresarias al momento de iniciar con su actividad empresarial, incluso, las fuentes de financiamiento a las que acceden los empresarios de ambos géneros, mientras que para las mujeres empresarias sus principales fuentes de recursos son la reinversión de ganancias y los ahorros personales, los hombres empresarios recurren a préstamos o créditos, tanto de instituciones bancarias como gubernamentales (Zabludovsky, 1995).

A pesar de que la aplicación de promoción y apoyo a la actividad empresarial femenina se ha convertido en uno de los objetivos principales de los programas de desarrollo económico y promoción de la igualdad de la mujer, tanto en países desarrollados como en subdesarrollados, actualmente las mujeres enfrentan obstáculos tanto extrínsecos como intrínsecos, a los que algunos autores han denominado metafóricamente como techo de cristal y techo de cemento. El techo de cristal es definido como una barrera invisible que dificulta el acceso de las mujeres a puestos de decisión - lo cual limita el despliegue de sus potencialidades – lo que se debe en gran medida a las estructuras y las relaciones de poder características de las diferencias simbólicas del género (Segerman-Peck, 1991; Powell, 1991; Davidson y Cooper, 1992). Mientras que el techo de cemento es definido por Hernández como "las barreras que existen al interior de la mujer" (2010:12), las que en ocasiones la llevan a rechazar las pro-

mociones laborales por la complejidad e incompatibilidad en el manejo de sus roles tanto profesionales como personales.

Estas barreras a las que se enfrentan las empresarias, de acuerdo con Capt (1999) se deben a siete restricciones básicas: 1) las conductuales; 2) las relacionadas con su función; 3) las sociales y culturales; 4) las educativas; 5) las ocupacionales; 6) las infraestructurales; y 7) las jurídicas. Estas restricciones son resultado de factores de origen sociocultural donde su modificación es un proceso continuo, permanente y a largo plazo, tal y como sucede con los estereotipos respecto a los roles laborales y familiares que representan las mujeres (Cerda, 2008) y con la concepción de que las mujeres empresarias carecen de conocimientos de orden económico y de gestión (Ulshoefer, 1995:11), realidades que quedan en entre dicho ante el aumento de micro y pequeñas empresas de mujeres principalmente en el sector servicios.

Los resultados de investigaciones de campo -desde la perspectiva de las mujeres empresarias- muestran que tres de cada cuatro empresarias señalan que su actividad se complica debido a la interacción de sus distintos roles familiares, así como por el machismo cultural (INMUJERES, 2003; Zabludovsky,1998). La mayoría de las mujeres empresarias coinciden en identificar las fuentes de financiamiento como uno de los principales obstáculos a los que se tienen que enfrentar debido al trato discriminatorio de las instituciones bancarias (Zabludovsky, 1998; Lieve, 2000; INMUJERES, 2003; Martínez, 2004; Cerda, 2008; Guzmán y Rodríguez, 2008; Antón, 2010), sin embargo Koreen (citado por Guzmán y Rodríguez, 2008: 388) establece que el problema de financiamiento se encuentra en el desconocimiento por parte de las instituciones financieras de las diferentes formas de actuar de las mujeres en sus empresas; incluso puede deberse a que las mujeres no acceden a créditos debido a que el 50% de las empresarias no intenta obtenerlo (Zabludovsky, 1998; INMUJERES, 2003; Cerda, 2008).

Ciertamente, la participación de las mujeres en la actividad empresarial es diferente según el nivel de desarrollo de los países, en ningún caso se sitúa por encima de la participación masculina, sin embargo, la inclusión de las mujeres al mundo empresarial es una realidad (Guzmán y Rodríguez, 2008). La presencia creciente de las mujeres en el mercado de trabajo es uno de los fenómenos más notorios en las sociedades latinoamericanas de este último siglo (Lieve, 2000), no obstante, como lo señalan Hernández (2010), Zabludovsky (2001b) y Martínez (2004), esta incursión de las mujeres a la vida empresarial no se ha visto reflejada en la representatividad de las organizaciones empresariales.

Una revisión por los principales organismos empresariales mexicanos muestra que en la actualidad dentro de la Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos (CONCAMÍN) así como de la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo (CONCANACO SERVITUR México) no existe ninguna mujer que ocupe el cargo de presidencia o puestos ejecutivos de relevancia, mismo caso que se repite en las cámaras empresariales específicas. Esto puede atribuirse a que la representación de las mujeres en estos organismos no tiene el peso económico suficiente o que ellas no han participado activamente dentro de estas estructuras. No obstante, los esfuerzos de las mujeres empresarias mexicanas por verse "incluidas" en un mundo considerado como masculino (Martínez, 2004), las ha hecho integrar organizaciones empresariales y redes sociales de género, con las cuales pretenden abrir espacios propios de participación y apoyo como por ejemplo la Asociación Mexicana de Mujeres Empresarias (AMMJE).

A pesar de todas las contribuciones teóricas y empíricas que tiene como sujetas de estudio a las empresarias, a la fecha permanecen agendas de investigación pendientes. Para Serna (2003), la comprensión de la problemática de las mujeres empresarias implica aspectos que van más allá de la sola cultura empresarial, por lo tanto es necesario explorar las consecuencias que tiene su participación en ámbitos masculinos y como es que se modifican o deconstruyen sus relaciones de poder. En este sentido, es que se recurre a la categoría de género y al empoderamiento como referentes teóricos para identificar los cambios con respecto a las relaciones de poder entre géneros.

2. Género y empoderamiento como referentes teóricos

La categoría de género como parte del marco teórico, permite que a través de una visión sistémica de las interacciones sociales y del significado del poder entre hombres y mujeres, se analice y se reflexione en torno a las experiencias concretas de las mujeres, además, de que permite un acercamiento a las dinámicas y definición de roles sociales de su vida. A través del análisis de las características e implicaciones que tiene la participación de las mujeres en una actividad económica que tradicionalmente se asocia a la masculinidad, fue posible conocer cuáles son los obstáculos a los que se enfrentan y si es que se encontraban presentes procesos de discriminación u opresión por parte de sus homónimos masculinos, además de reconocer cómo es que se institucionalizan estos comportamientos y culturas en el ámbito empresarial, incluso, posibilitó reflexionar en torno

a la manera en que la dicotomía hombre/mujer establece las diferencias en el desempeño de las funciones empresariales.

Es importante mencionar que desde la conceptualización del término "empresaria", se encontró un proceso discriminatorio de género. Desde el siglo XVI se tiene reconocida la participación de los hombres en esta actividad económica, sin embargo, las mujeres no se vislumbraron en el desarrollo de estas actividades hasta la segunda mitad del siglo XX. En fuentes oficiales las mujeres siguen siendo consideradas como actores emergentes que incursionan en este ámbito profesional impulsadas por la necesidad de contribuir con los ingresos del hogar, mientras que al hablar de hombres propietarios de empresa se asocia con la representación del poder, del control, de la autonomía y la asertividad en la toma de decisiones, incluso se piensa en ellos como hombres blancos adinerados que viven en extractos sociales de una vasta solvencia económica y por el contrario, en el imaginario social, las empresarias exitosas no existen.

Originalmente en esta investigación se establecieron como sujetas de estudio mujeres empresarias propietarias de medianas y grandes empresas ubicadas dentro de la rama restaurantera, con autonomía económica, actitud emprendedora, con visión a futuro sobre la expansión y crecimiento de sus negocios, no obstante, conforme se avanzó en el desarrollo de la misma, se identificó que el concepto de empresaria en fuentes oficiales no correspondía a estos casos de estudio, ellas son invisibles, por lo que con la intención de no sesgar la investigación, se incluyó como parte de la muestra a los segundos perfiles visibles en las estadísticas presentadas en las fuentes oficiales: microempresarias como actores emergentes que representan ingresos complementarios para la familia.

Otros de los intereses establecidos en esta investigación, se centran tanto en describir el por qué las mujeres se insertan al mercado empresarial y conocer el cómo ellas se incorporan a este ámbito, así como identificar las estrategias que emprenden para sobrevivir en un mercado que frecuentemente se enfrenta a crisis económicas y cómo sobreviven a la competencia que se presenta como parte de esta rama de actividad.

Preguntas como: ¿Cuáles son las diferencias de género en los comportamientos adoptados por los empresarios durante el desarrollo de las funciones empresariales? ¿Cuáles son los principales problemas que enfrentan las empresarias? ¿Qué problemática enfrentan las empresarias en su doble papel de coordinadoras de dos unidades: el hogar y la empresa? establecen la pauta sobre las discusiones del papel que juegan las mujeres en espacios tradicionalmente considerados como masculinos y la relación que guardan las mismas con el poder.

La mayor parte de los estudios sobre empoderamiento y género se han concentrado en temas específicos como el control de la natalidad y la sexualidad (Idrovo y Casique, 2006), el maltrato y violencia de género (Agoff, Rajsbaum y Herrera, 2006), la participación política de las mujeres (González y Rodríguez, 2008), la desigualdad y discriminación de las mujeres campesinas (Chablé, Gurri, García, Molina y Birgit, 2007) y el empoderamiento de las mujeres empresarias a través de las microfinanzas (Hidalgo, 2002; ONU, 2009), sin que el empoderamiento sea estudiado a través de la participación empresarial de las mujeres.

La revisión de estos estudios permite identificar varias clasificaciones de empoderamiento. Autores de diferentes –y en ocasiones opuestas– corrientes del pensamiento coinciden en colocar la discusión del empoderamiento en el contexto de la aportación económica de las mujeres (Guzmán y Rodríguez, 2008; Burns, 2005; Heilman y Chen, 2003; Álvarez y Meyer 1998; Rosener, 1990), mientras que otros investigadores son especialmente críticos en las expectativas que en cuestiones de género puede generar el empoderamiento (Mouffe, 1999). En este sentido, el concepto de empoderamiento no solamente incluye la interrelación entre masculino – femenino, sino que se integra por factores cognitivos, psicológicos, políticos y económicos que además incluyen elementos de autonomía, dominio y libertad de elegir (León, 2000) y tiene en su núcleo el poder.

Para Rowlands (1997), el empoderamiento es un asunto de género y no solamente de mujeres, porque tiene que ver con la transformación humana y de las relaciones sociales. Las mujeres deben enfrentar las relaciones condicionadas por el género y las relaciones de poder generizadas para tomar la decisión de dejar sus hogares y asumir roles dentro de las comunidades, grupos u organizaciones a las que pertenecen. Si bien es cierto, la activa participación de las mujeres en actividades democráticas y representativas contribuye a la lenta transformación social, política y económica del Estado, su aportación en la toma de decisiones institucionales, contribuye de manera directa con el proceso de empoderamiento de las mujeres en sus roles dentro su vida personal, sus interacciones familiares, sociales y profesionales.

El empoderamiento no solamente se da en lo individual, para concebir el funcionamiento del poder es necesario entender la relación entre las mujeres - como actores-, su práctica social y la construcción de lo social en un contexto histórico que permita identificar la necesidad del cambio y la dimensión en la que opera. Rowlands (1997) concluye que el empoderamiento es "un conjunto de procesos… en las dimensiones individual, colectiva y de relaciones cercanas, centrado alrededor del núcleo

de desarrollo de confianza, la autoestima, el sentido de la capacidad individual [y] grupal para realizar acciones de cambio y dignidad" (Rowlands, 1997:230).

Si bien es cierto, el empoderamiento no es un proceso lineal se ha planteado como un proceso en espiral que incluye varias dimensiones. Es concebido como un proceso de transformación y crecimiento paulatino, que inicia con la modificación interna de conceptos y paradigmas personales que pueden ser transferidos al grupo, para después ser capaces de desarrollar las habilidades de negociar e influir en la naturaleza de las relaciones sociales y de las decisiones que se toman dentro de ellas. A este respecto Rowlands (1997) identifica tres dimensiones de las relaciones de las mujeres con el poder: en el plano personal, en sus relaciones próximas y en sus relaciones colectivas. En este modelo teórico describe cada una de las dimensiones a partir de un núcleo, factores impulsores, factores inhibidores, así como los cambios que trae consigo el proceso de empoderamiento.

Es innegable que al momento en que las mujeres se insertan en las actividades empresariales que por muchas décadas fueron nichos exclusivos de hombres y rompen los roles tradicionales como amas de casa, tiene repercusiones tanto en su vida personal, profesional y en el entorno que las rodea, por lo que el conflicto se vuelve un elemento detonador de los cambios, en ocasiones con beneficios directos para las mujeres y en algunas otras con perjuicios para ellas y la manera en como ellas superen, disuelvan o minimicen los conflictos será el resultado de las acciones de subordinación, resistencia[4] , compensación y negociación que ellas mismas emprendan.

Así, esta investigación resulta pertinente para entender la forma en que se llevan a cabo los procesos de significación y resignificación del trabajo de mujeres, así como sus relaciones de poder al interior y exterior de sus unidades económicas y domésticas. Los procesos de empoderamiento de las mujeres empresarias están insertos en sus historias de vida cotidianas, los cuales pueden ser observados desde los diferentes papeles que desempeñan en su vida: madres, esposas, amas de casa, empresarias, amigas, hijas, en donde, si bien es cierto, la aportación económica de las mujeres a sus hogares les permite tener un grado de independencia y

[4] Las acciones de subordinación y resistencia se retoman de la propuesta teórica realizada por Niño y Villareal (2011). Sin embargo, en este proyecto de investigación se establecen como parte de las estrategias que las mujeres desarrollan de manera consciente para enfrentar, solucionar, disolver, o evitar conflictos.

factores como la educación, el autoestima y la creación de redes de género son factores que contribuyen al empoderamiento.

La pregunta general de investigación que guio el trabajo de investigación fue el reconocer ¿Cómo se configuran las relaciones de poder de las mujeres empresarias con: su pareja, sus hijos, sus padres, sus homónimos empresarios, sus trabajadores y los miembros de las organizaciones públicas y/o privadas en las que participan?, de la cual se desprende la pregunta particular en la que nos cuestionamos ¿Cómo se desarrollan las estrategias de compensación, negociación, subordinación o resistencia en las relaciones de poder de estas mujeres?, lo anterior con el objetivo de: reconstruir los procesos de empoderamiento de las mujeres empresarias a partir de las estrategias de negociación, compensación, resistencia y subordinación que emprenden, tanto en las dimensiones personal, como en las relaciones cercanas y colectivas.

Como resultado de las preguntas de investigación se propuso la siguiente hipótesis, la cual parte de una respuesta sencilla que responde a la primera pregunta, pero se complejiza al incluir otros aspectos que intervienen en la segunda pregunta de investigación, la cual se demuestra con el trabajo de campo: La participación de las mujeres como propietarias o socias de un restaurante es un factor que influye de forma significativa en el proceso de empoderamiento, el cual no es lineal ni continuo, tiene altos y bajos, en el que se desarrollan estrategias de compensación, resistencia, negociación y subordinación para enfrentar conflictos. En la dimensión individual, las empresarias ceden espacios de toma de decisiones en cuanto a la administración del hogar y sobre el cuidado y educación de los hijos para alcanzar una autonomía económica y proyectar el crecimiento de sus restaurantes. Las empresarias restauranteras atraviesan momentos de discriminación de sus pares al considerarlas menos competitivas y no permitirles acceder a puestos estratégicos dentro de organismos públicos, políticos y privados. Las propietarias de restaurantes se enfrentan a una mayor cantidad de obstáculos, como lo es la falta de apoyo por parte de su pareja; competencia y discriminación entre mujeres miembros de la familia y/o de su comunidad. El empoderamiento en la dimensión de relaciones cercanas, no es una consecuencia del empoderamiento en las dimensiones personal o colectiva.

En este sentido, es importante recordar que el eje de nuestra investigación son las mujeres empresarias y sus procesos de empoderamiento, por lo tanto, se recurrió al método cualitativo para entender y explicar los procesos individuales que atraviesan las empresarias, así como las inte-

racciones sociales en su vida privada y pública y comprender la realidad social de las mujeres sujetas de este estudio.

Se aplicaron entrevistas a profundidad a mujeres cuyas empresas se dedican a la rama restaurantera, a partir de un muestreo teórico (Taylor y Bogdan, 1996) y se utilizaron las perspectivas de relatos y cursos de vida para identificar:

- Trayectorias, momentos y situaciones que son o han sido determinantes en la vida de estas mujeres.
- Avances y retrocesos de las relaciones de poder que se presentan cuando interactúan con otros individuos y toman decisiones que tienen un impacto a nivel personal y/o colectivo.
- La cadena de acontecimientos que lleva a una mujer a desempeñar dobles roles de trabajo.
- Motivos por los que incursionan en mercados dominados por hombres.
- Acciones de conformidad, subordinación, negociación e incluso de resistencia para compensar su actuar familiar y empresarial

El trabajo de campo cualitativo se realizó durante los años 2012 a 2014, con entrevistas a profundidad a mujeres propietarias de empresas de la rama restaurantera, cuyas unidades económicas se encontraban activas en el momento de la entrevista y que tenían por lo menos dos años en el mercado, se ubicaban en los municipios de la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG). Es importante señalar en este punto, que como parte de nuestra investigación se incluye un apartado con información estadística que tiene la finalidad de contextualizar a las mujeres empresarias mexicanas de la rama restaurantera, la cual se realizó con datos estadísticos correspondientes a los años de 1987 a 2010.

Resultado de esta trayectoria teórica y metodológica, esta tesis está conformada por siete capítulos. En el primer capítulo se hace referencia a las dos categorías teóricas de análisis desde las que se entrelaza nuestro objeto de estudio: el género y el empoderamiento. En este capítulo, se abordaron los análisis teóricos de las experiencias concretas de las mujeres a partir de una visión sistémica del género como elemento estructurador de las interacciones sociales y del significado del poder para discutir con los debates teóricos del concepto de empoderamiento, las dimensiones de análisis y reflexionar en torno a si puede ser medido o no.

En el segundo capítulo se presenta el planteamiento metodológico desde el cual se abordó nuestra investigación. En él se describen tanto el método como las estrategias metodológicas que se utilizaron para descri-

bir las relaciones de poder de las mujeres empresarias y reconstruir sus procesos de empoderamiento.

El tercer capítulo es un acercamiento a la revisión histórica del concepto de empresaria, así como a la referencia conceptual que se utilizó para el desarrollo del presente trabajo. Se incluye un análisis diacrónico del concepto de hombre empresario, para después problematizar la complejidad de la formulación de un concepto con acepción de género.

En el cuarto capítulo se presenta un análisis estadístico sobre el contexto económico, sociodemográfico y empresarial de las mujeres empresarias restauranteras de la ZMG con el objetivo de mostrar la realidad y el entorno de nuestras sujetas de estudio. Se incluyen comparativos entre datos estadísticos entre hombres y mujeres empresarios, así como indicadores nacionales, estatales y municipales.

Los capítulos cinco y seis corresponden a la descripción de las historias de vida de las cinco empresarias que forman parte del trabajo de investigación, se presentan en dos capítulos diferentes, en el primero se incluyen las mujeres que tienen estudios de nivel superior o posgrado, cuyas empresas son consideradas como medianas, su nivel de ingresos supera los montos mensuales promedio de trabajadoras asalariadas e incluyen una visión a futuro en la operación de su negocio. Mientras que en el capítulo seis, se narran las historias de vida de mujeres que son propietarias de micronegocios, sus estudios son de nivel básico, sus ingresos son similares a los de una jornada laboral como empleadas y el motivo por lo que abrieron su local de comidas se debió a la sobrevivencia familiar.

En el capítulo siete se reconstruyen los procesos de empoderamiento a partir de las dimensiones de análisis del empoderamiento: personal, de las relaciones cercanas y de las relaciones colectivas. Se exponen tanto las situaciones de conflicto como las acciones de negociación, compensación, resistencia y subordinación que emprenden las mujeres empresarias durante sus procesos de empoderamiento.

Finalmente, se presentan las conclusiones que se derivan del trabajo de investigación, las cuales describen tanto los tropiezos como los hallazgos que nos indicaron el camino a seguir en nuestra tesis. Se presenta el contraste de la hipótesis establecida con los resultados y las situaciones descritas por las empresarias sujetas de estudio, así como una agenda de investigación pendiente.

CAPÍTULO I

La categoría de género y el empoderamiento

La categoría de género, en el ámbito de las ciencias sociales, tiene un espacio cada vez más consolidado en el marco del análisis social (Fernández, 1998). Las teorías actuales sobre el género, son el resultado de tres décadas de reflexión, análisis, investigación, argumentación y reformulación de investigaciones complementarias que han propiciado enfoques interdisciplinarios de las ciencias humanas y sociales con respecto a los debates teóricos del género (Bonan y Guzmán, 2007). La categoría de género se ha consolidado dentro de los estudios de las ciencias sociales debido a que permite analizar las diferencias entre hombre y mujeres, que a pesar de estar insertos en una misma realidad presentan diferencias.

En este sentido, es importante considerar que a pesar de las diferencias históricas en las sociedades, el género está caracterizado por la construcción social y simbólica de la diferencia sexual que está representada por lo femenino y masculino, por lo que los análisis teóricos de las experiencias concretas de las mujeres - a partir de una visión sistémica del género como elemento estructurador de las interacciones sociales y del significado del poder- permite un acercamiento a las dinámicas y definiciones de roles sociales de la vida moderna.

En la actualidad, la categoría de género no solamente representa la posibilidad de estudiar las relaciones y diferencias entre hombres y mujeres a través de los comportamientos atribuidos a construcciones sociales y culturales de diferenciación entre los sexos y como forma primaria del poder (Scott, 1996), sino también a las formas en que se estructura la economía, el sistema normativo y legal, las instituciones del Estado, la vida privada, las ideologías y las ciencias, entre otros sistemas sociales de interacción (Bonan y Guzmán, 2007). El uso de la categoría de género en

estudios empíricos se puede atribuir a las estructuras lógicas y prácticas que atraviesan interacciones como son la economía, el comercio, la diplomacia, servicios de salud, las artes, entre otros (Scott, 1996). El género se utiliza para estudiar asuntos donde las relaciones de sexo son incuestionables, se pueden destacar temas como la violencia doméstica, la salud, la sexualidad y la reproducción de la mujer, así como su participación política y económica.

Por lo anterior, la categoría de género proporciona elementos teóricos para cuestionar y analizar las relaciones de poder de las mujeres empresarias: el cómo ellas se insertan en un mundo masculinizado como lo es el empresarial y cómo es que estructuran su vida privada y pública a partir de estas interacciones, por tal motivo la aproximación a las sujetas de estudio de la presente investigación incluye una perspectiva de género.

1. El género como eje articulador para el estudio de las empresarias.

Si bien es cierto, la presente investigación reflexiona en torno a las estrategias que las mujeres emprenden dentro de las relaciones de poder con sus padres, esposos, hijos, socios u otros empresarios, también cuestiona los sesgos metodológicos que a través del tiempo no han permitido formular planteamientos teóricos que describan la realidad de las mujeres en sus diferentes facetas, roles y actividades.

Algunas aproximaciones a las investigaciones desde la perspectiva de género tienen como punto de partida la afirmación de la subordinación social, política y económica de las mujeres. La manera de analizar esta subordinación, desde la perspectiva de género, dependerá en gran medida del marco teórico al que se circunscriba la investigación, así como las herramientas metodológicas y analíticas que se utilicen para el estudio de las interacciones sociales, las relaciones de poder y la identidad de las mujeres. En nuestro caso en particular, a la perspectiva de género le incorporamos el empoderamiento como eje articulador teórico, para analizar y reconstruir las relaciones de poder de las mujeres empresarias.

Así, la categoría de género es considerada como un elemento que integra las relaciones sociales que se configuran a través de símbolos y mitos culturales, de conceptos normativos, de instituciones y organizaciones sociales y de la identidad, por lo que el género representa la posibilidad de estudiar las relaciones y diferencias entre hombres y mujeres a través de los comportamientos atribuidos a construcciones sociales y culturales

de diferenciación, que para Scott (1996), su carácter relacional implica que los vínculos que existen entre sexos no son más que el resultado de la influencia del proceder de ambos, mientras que para Rose (1994), el conocimiento de la realidad surge de la unión entre lo manual, lo mental y lo emocional, las cuales son características de trabajo asociadas a las mujeres.

Para Harding (1986), otro eje sobre el que se puede utilizar la categoría de género es en el análisis de la economía, ella señala que el discurso teórico es mayoritariamente elaborado por hombres y presenta sesgos androcéntricos tanto en el contexto de descubrimiento como en el de justificación, por un lado se sitúa la economía con mercados y trabajo mientras que por el otro, el trabajo remunerado, por lo que desde la perspectiva de Harding, esta categorización tiene implicaciones de género, ya que los mercados se utilizan como un término normativo que refleja la masculinidad a la vez que las mujeres y lo femenino son invisibilizados como lo no económico.

Ciertamente en los últimos años se ha reconocido la aportación de las mujeres a la economía (Zabludovsky, 2013), no obstante, en la teoría siguen estando presentes los sesgos androcéntricos de los que habla Harding, tal es el caso del concepto de empresaria, el cual, a través de la revisión histórica del término, se encontró escasa o nula información al respecto. Las teorías que hablan sobre el concepto de empresario se encargan de definirlo como un hombre que participa de diferentes maneras dentro de una empresa, sin que la participación de las mujeres en la actividad empresarial, se considere como un aporte significativo que sea merecedor de una conceptualización teórica[5].

Claro está que el género como categoría de análisis ha sido abordado desde diversas perspectivas, no obstante, para Scott (2010) su principal objetivo es cuestionar los términos con los cuales se conciben las relaciones entre hombres y mujeres. Ella concibe la categoría de género como una incitación a que las propias mujeres cuestionemos el cómo llegamos a pensar y asumir los papeles en que nos encontramos estereotipadas, es decir, la categoría de género es útil en tanto nos guíe a reflexionar respecto a cómo el sexo, las diferencias sexuales, la clase, la etnia, la cultura y

[5] Esta discusión se lleva a cabo a mayor profundidad a lo largo del capítulo tres del presente documento, en el cual se analiza la evolución diacrónica del concepto empresario, desde el siglo XVIII hasta nuestros días. Es importante señalar que las definiciones oficiales sobre el término empresaria, siguen utilizando una diferenciación entre hombres y mujeres que participan en la misma actividad económica.

la religión han contribuido a generar roles diferenciados entre hombres y mujeres.

Es innegable que históricamente las mujeres se enfrentan a obstáculos culturales y simbólicos que se traducen en opresión y discriminación en diferentes ámbitos de la vida, donde el poder jerárquico opera entre las relaciones de los sexos y esta desigualdad no es exclusiva de las estructuras familiares, sino que atraviesa otras estructuras de relación que se dan en el mundo laboral, entre clases, razas y generaciones, incluso como lo señalan Bonan y Guzmán (2007), se encuentra presente en el sistema judicial y en la relaciones entre el Estado y la sociedad.

Así, para estudiar las relaciones de poder de las mujeres empresarias es necesario: analizar las características e implicaciones que tiene su participación en la actividad económica en un espacio laboral tradicionalmente conformado por hombres; conocer cuáles son los obstáculos a los que se enfrentan; bajo que situaciones se presentan acciones de discriminación e incluso de opresión por parte de su padre, hermanos, hijos, pareja, socios, colegas e incluso de otras mujeres que han mantenido las posiciones tradicionales asignadas a las mujeres; cómo es que se institucionalizan estos comportamientos y culturas en el ámbito empresarial, y de qué manera la dicotomía hombre/mujer establece las diferencias en el desempeño de sus funciones empresariales.

En este sentido, este trabajo resulta pertinente para entender la forma en que se llevan a cabo los procesos de significación y resignificación del trabajo de mujeres así como sus relaciones de poder al interior y exterior de sus unidades económicas y domésticas, procesos que se pueden explicar partiendo de la premisa del género como construcción social, en el cual las diferencias de género y la pertenencia de clase no puede agregarse simplemente a las otras múltiples y diversas identidades, sino que son el núcleo que une y concreta las identidades subordinadas (Carosio, 2009). Es decir, las mujeres empresarias, tienen la posibilidad de dar un significado a su trabajo a través de la generación de fuentes de empleo y el reconocimiento público de su contribución, mientras que, en el plano personal, el ser conscientes de esta contribución social y económica favorece la reconstrucción de una nueva identidad femenina.

2. El género como elemento configurador de las relaciones de poder de las mujeres empresarias.

De acuerdo con Bordieu (1998), el orden social masculino está tan profundamente arraigado que no requiere justificación, es decir, se impone a sí mismo como evidente y no solamente se observa en el hogar, sino que se presenta tanto en estructuras sociales tales como la organización social de espacio y tiempo y la división sexual del trabajo, así como en las estructuras epistemológicas de la percepción de los cuerpos y en las mentes. Para Bordieu, la oposición binaria de la construcción de la diferencia sexual hace que sea prácticamente imperceptible la relación de dominación que se encuentra en la base por considerarla como diferencias naturales, lo que se traduce como un sistema de relaciones independientes de la relación de poder que lleva a conceptualizar la relación dominante/dominado como natural.

En este sentido, para Lamas (1999) la categoría de género es considerada como una de las contribuciones teóricas más significativa del feminismo contemporáneo ya que permite analizar las desigualdades entre los sexos. Permite adentrarse en las circunstancias y condiciones de vida que enfrentan los seres humanos, además de cuestionar cómo se han inscrito, representado y normado tanto la feminidad como la masculinidad a través de las prácticas simbólicas y los mecanismos culturales que reproducen el poder a partir del eje de la diferencia sexual, por lo que para analizar las relaciones de poder entre hombres y mujeres se requiere profundizar en los significados y estereotipos preconcebidos entre los mismos.

Si bien es cierto, el género como categoría de análisis se utiliza en diferentes procesos de generación de conocimiento y al hablar de la configuración de las relaciones de poder entre hombres y mujeres obliga a cuestionar la subordinación de la que habla el pensamiento feminista, la cual se puede representar como actos de dominación por parte de los hombres, frente a la sumisión de las mujeres, que en palabras de Foucault (1979), se puede entender como una fuente de resistencia y cambio entre hombres y mujeres. En este sentido, al hablar de la configuración de las relaciones de poder de las mujeres se retoman cuatro postulados de Foucault (1979): 1) el cuerpo como centro de poder; 2) el poder es ejercido no poseído; 3) el poder no es primordialmente represivo sino productivo; y 4) el poder puede fluir desde abajo hacia arriba.

Ante esta visión multidimensional del poder se posibilita la identificación de las interacciones desiguales en las relaciones de poder entre

hombres y mujeres y a través de una voluntad de verdad se puede construir una identidad, una vida, una sociedad con ciertos límites y con un lenguaje en donde las relaciones de poder hacia las mujeres tengan su propia autonomía y no en forma de represión (Foucault, 1979), sino presentada en términos de lucha, en donde el poder de suma cero se podría sustituir (con la voluntad de ambas partes) por una relación ganar-ganar en la que se pretende el máximo beneficio para los actores de la relación de poder.

Sin embargo, como Lamas (1999) señala es muy arriesgado hablar de que todas las relaciones de poder de las mujeres se encuentran bajo el supuesto de una relación ganar – ganar, debido a que en la mayoría de los casos ellas tienen que resistir a los procesos de subordinación estructural, ideológico y cultural, no obstante, este tipo de relación puede ser considerada como funcional (Foucault, 1979), por lo que no es posible generalizar que todas las mujeres se encuentran en situaciones privilegiadas en el ejercicio del poder, sino por el contrario su funcionalidad en la realidad y en su vida cotidiana obedece a la capacidad de reacción o incluso a la posibilidad de adaptación como mecanismo de sobrevivencia.

Para Lagarde (1999) un intento de conciliación en el sistema social masculino se puede interpretar como un sincretismo de género, el cual ha permitido reconocer que a pesar de que gran cantidad de mujeres ha mejorado sus condiciones de vida y han ascendido económicamente, la pobreza de género abarca a mujeres de todas las clases y sustenta formas de explotación económica que va más allá de una identificación de los roles que desempeñan como: madres, esposas, trabajadoras, lesbianas, católicas, ateas, revolucionarias, rebeldes, monógamas, heterosexuales, empresarias, trabajadoras domésticas entre otras y las vuelve invisibles, por lo que la autora propone recuperar la importancia que juega el poder en la vida de las mujeres, de forma tal que las mujeres tomen conciencia de que la opresión no es un estado natural y puedan exigir un cambio en las relaciones de poder vigentes dentro del orden social masculino.

Es importante reconocer que la opresión hacia la mujer no es exclusiva de un sistema económico o de la colonización, más bien es inmemorial y atraviesa diversas construcciones sociales históricas, en donde los derechos 'del hombre' no son los 'derechos de la mujer', por lo que la cultura

---

[6] Para el presente trabajo al utilizar el término patriarcal se hace referencia a un sistema de relaciones sociales basadas en diferentes instituciones públicas y privadas y en la solidaridad interclase e intragénero instaurado por los varones, quienes como grupo social y en forma individual y colectiva, oprimen a las mujeres también

patriarcal[6] ha naturalizado el discurso que enuncia la inferioridad de la mujer, en donde, esta supuesta inferioridad es una construcción social y por tanto histórica, y puede ser explorada por los nexos existentes entre poder político y económico dominante, incluso, esta lucha también se presenta en los niveles morales y culturales, cuyo principal detonador es el poder.

El sistema social predominantemente masculino se rehúsa a la idea de compartir el poder con las mujeres, tal vez porque conceptualicen este intercambio como una pérdida de poder, al no visualizarlo como una estrategia de ganar-ganar, recordemos que la construcción social masculina se interpreta en términos binarios, si las mujeres incrementan su poder, entonces su contraparte, los hombres tendrían que perder el acceso al poder. De aquí que la categoría de género, como una construcción de apoyo para la reflexión sobre las relaciones de poder existentes, reclama un orden natural en el que no exista una dominación patriarcal.

Así, la categoría de género es determinante en el estudio de las relaciones de poder, porque permite desenmascarar, analizar y reflexionar sobre la condición de opresión a la que se enfrentan las mujeres - en nuestro caso empresarias- tanto en sus hogares como en su trabajo, la cual es resultado de la visión ascética de un mundo considerado como masculino, en donde el empoderamiento de las mujeres deja de ser un paradigma y es definido desde una perspectiva económica, es decir, el desarrollo de teorías feministas norteamericanas y eurocentristas "son marcadas por el género y el empoderamiento, donde el primero tiene su origen en pensadoras del primer mundo y el segundo representa un encuentro de éstas con sus colegas del tercer mundo" (León, 2001:94).

De ahí que, al hablar de una mujer empoderada circunscrita al primer mundo, se piense en una mujer con un toque de feminidad moderna, educada y sexualmente liberada, mientras que hablar de mujeres de los países denominados del tercer mundo, se presenten como uniformemente pobres, sin poder y vulnerables (Parpart, 1994). En este sentido, Mohanty (2008) señala la necesidad de matizar el concepto de mujeres del tercer mundo, el cual se generaliza como victimas implícitas de los sistemas socioeconómicos, los cuales no corresponden a las complejas realidades de las mujeres. Ella propone deconstruir estas generalizaciones con la intención de romper con la definición binaria tanto de las relaciones de poder

---

en forma individual y colectiva y se apropian de su fuerza productiva y reproductiva, de sus cuerpos y sus productos, ya sea con medios pacíficos o mediante el uso de la violencia (Lerner, 1990).

entre hombres y mujeres, como de la descripción de las mujeres del primer y tercer mundo, ya que sin la descripción de una y otra no existirían.

Desde esta perspectiva, es que a través de las investigaciones las mujeres de los países en vías de desarrollo no se identifican como mujeres capaces de romper con los estereotipos generados a su alrededor, sino que necesitan de apoyos externos para generar conciencia de sus propios derechos y el papel que juegan las políticas de desarrollo dirigidas al empoderamiento de las mujeres, las cuales sólo se limitan a cubrir las necesidades mínimas de las mujeres y no se enfocan en las necesidades estratégicas de las mismas (Ochoa, 2009 ; Carosio, 2009 y 2011; Booth et al, 1998). En este sentido, nuestra investigación muestra como algunas mujeres rompen con estos estereotipos asignados a las mujeres del tercer mundo y permiten describir a las empresarias con capacidades para elegir, tomar decisiones, priorizar sus necesidades básicas y estratégicas e incluso tener esos toques de refinación a los que se refiere Parpart (1994), cuando habla de las mujeres empoderadas del primer mundo.

3. El empoderamiento como herramienta para el análisis de las relaciones de poder de las mujeres empresarias.

El término empoderamiento, es sujeto de contradicciones, ambivalencias y paradojas, se ha utilizado de muchas maneras y no siempre con un sentido emancipatorio, sin embargo, es clara su relación con el tema del poder y las relaciones de las mujeres con éste. Es un concepto para el que no existe un consenso total y su uso varía de acuerdo a la disciplina que lo utiliza, incluso es utilizado con fines políticos, demagógicos, sociales y hasta folklóricos (León, 2000); se puede prestar a una serie de interpretaciones personales a partir de las propias historias de vida de cada mujer, nosotras creemos que cada mujer puede dar un significado diferente de este término.

Así, el concepto de empoderamiento de las mujeres surge en la década de los setenta, derivado del movimiento de mujeres en todo el mundo, específicamente, como resultado de la postura de las feministas del tercer mundo para explicar cómo en la definición de estrategias políticas, económicas y sociales se han incorporado las diferencias del género en el ejercicio del poder (Batliwala, 1997; Kabeer, 1998; Rowlands, 1997, 2005; León, 1997; Meza, Tuñon, Ramos y Kauffer, 2002). Sin embargo, para León (1997), el empoderamiento tiene su origen en los trabajos de

Gramsci (1971), Foucault (1979) y en la teoría de Freire, los cuales "plantean que las relaciones de poder y las formas de conciencia son históricas y culturalmente condicionadas por las luchas sociales" (León, 1997:97). No obstante, es necesario retomar la advertencia que la misma Magdalena León hace en el sentido de que los autores mencionados no hicieron uso del concepto de empoderamiento y en las relaciones de poder que describieron y discutieron no contemplaron específicamente el género.

El empoderamiento es concebido como un proceso de transformación y crecimiento paulatino. Inicia con la transformación interna de conceptos y paradigmas personales que pueden ser transferidos al grupo, para después ser capaces de desarrollar la habilidad de negociar e influir en la naturaleza de las relaciones sociales y de las decisiones que se toman dentro de ellas. Para algunas autoras como Riger (1997) y Young (1993), el objetivo del empoderamiento es que el poder se dé colegiadamente y los individuos trabajen en conjunto para lograr un impacto más amplio del que se podría alcanzar de forma individual, de forma tal que el poder se distribuya entre los miembros del grupo y que incluya la participación en organismos públicos, políticos y privados.

En este sentido, podemos afirmar que no existe una definición única del empoderamiento como parte de los estudios de género, en gran parte de la literatura las autoras coinciden al definir el empoderamiento como un proceso, en donde el poder -central en el empoderamiento-, surge a partir de sistemas culturales, institucionales y estructurales, cuyas principales diferencias radican en el enfoque que se dan a las relaciones de poder. Para algunas autoras el empoderamiento representa el poder individual de las mujeres para controlar sus propias vidas (Schuler, 1995; León, 1997), mientras que para otras autoras constituye las relaciones de poder estructurales, cuyo objetivo es transformar los escenarios de las mujeres en un contexto de interacciones sociales (Wieringa, 1997; Young, 1993). Para Rowlands (1997) las mujeres pueden tener acceso al poder a partir del desarrollo de habilidades tanto de forma individual como de forma grupal.

En el caso de las mujeres empresarias el empoderamiento se puede ver reflejado como un logro en su vida personal, a pesar de las dificultades que eso les ha implicado. Las empresarias están conscientes de que su experiencia puede servirles a otras mujeres, y saben que no siendo asalariadas tienen mayor libertad para armonizar campos tan disímbolos y de tiempo más que completo, como la vida privada y el trabajo. Y a pesar de ello tratan de compaginarlos de la mejor manera (Ocampo, Escolano y Va-

lle, 2004), por ende, el empoderamiento se conceptualiza como un proceso a través del cual las mujeres configuran y fortalecen la capacidad de planear sus propias vidas y su entorno, a partir de la concientización de las mujeres sobre sí mismas, en su estatus y en la eficacia de las interacciones sociales, la cual presupone como necesario que las mujeres desafíen las relaciones patriarcales, de opresión y sumisión que culturalmente han sido heredadas y construyan una nueva concepción del poder, en donde ellas mismas asuman un poder compartido a través de la construcción de nuevos mecanismos de responsabilidad y toma de decisiones colectivas, tanto en sus unidades económicas como en sus unidades domésticas incluyendo su vida personal, familiar y profesional.

En nuestro trabajo de tesis utilizamos el concepto de empoderamiento que propone León (1997), en el que trata de romper las oposiciones limitantes y reconciliar los dualismos de la visión multidimensional que Foucault tiene del poder. En este concepto León propone la noción "de poder como proceso, que permite mirar el empoderamiento y el desempoderamiento como dos cara de una misma moneda con sus múltiples interrelaciones" (León, 1997:15), pero también recurrimos a algunos postulados teóricos de Foucault para ilustrar como el poder no se posee, sino que se ejerce y sólo se hace visible en forma de relaciones entre miembros individuales o colectivos que se presenta cuando una parte actúa sobre la acción de la otra, para influir en el comportamiento presente o futuro de esta última:

> la multiplicidad de las relaciones de fuerza inmanentes y propias del dominio en que se ejercen, y que son constitutivas de su organización; el juego que por medio de luchas y enfrentamientos incesantes las transforma, las refuerza, las invierte; los apoyos que dichas relaciones de fuerza encuentran las unas en las otras, de modo que formen cadena o sistema, o, al contrario, los corrimientos, las contradicciones que aíslan a unas de otras; las estrategias, por último, que las tornan efectivas, y cuyo dibujo general o cristalización institucional toma forma en los aparatos estatales, en la formulación de la ley, en las hegemonías sociales (Foucault, 1979:55).

Entonces, "sería preciso saber hasta dónde se ejerce el poder, mediante qué relevos y hasta qué instancias, a menudo ínfimas, de jerarquía, control, vigilancia, prohibiciones [y] coacciones." (Foucault, 1981: 15). Por lo tanto, el proceso de empoderamiento no puede describirse como un proceso lineal, continuado y permanente, sino como un proceso compuesto de avances y retrocesos que toma caminos en diferentes direcciones, convir-

tiéndolo en multidireccional, que está en constante movimiento, proporcionando una perspectiva dinámica de la realidad empírica que se percibe (Niño y Villareal, 2011), es decir, las relaciones de poder surgen de las interacciones y no son completamente impuestas por un lado.

No se debe olvidar que el poder no se ejerce de forma absoluta y en un solo sentido, pero sobre todo el poder no tiene "tentativas para habilitar el mismo poder con un simple cambio de titular…son intrínsecas a otros tipos de relación (de producción, de alianza, de familia, de sexualidad), en las que [a su vez] juegan un papel [simultaneo de] condicionante y condicionado" (Foucault, 1981:18,82), por lo que las relaciones de poder se detonan en muchas direcciones y nunca son ejercidas por un solo miembro de la relación, su comportamiento está condicionado al entorno, a las condiciones, a las emociones y a la educación de quienes participan.

Así, al concepto de empoderamiento propuesto por León (1997), sumaremos los postulados de Foucault (1985, 1979, 1981) para observar transversalmente el proceso de empoderamiento de las mujeres empresarias así como las estrategias de resistencia (Niño y Villareal, 2011) que se presentan como parte de las relaciones de poder y que rompen con la continuidad del proceso de empoderamiento[7] .

4. ¿Estrategias o tácticas? en los procesos de empoderamiento de las mujeres.

Los procesos de empoderamiento rompen su continuidad cuando los conflictos se hacen presentes y es en este punto donde las mujeres tienen que afrontarlos, emprendiendo tácticas o diseñando estrategias que les permitan alcanzar sus objetivos y contrarrestar el poder que es ejercido sobre ellas. Somos conscientes de que las relaciones de poder se generan como parte de una interacción y no son totalmente impuestas de un lado (Niño y Villareal, 2011), por el contrario, están llenas de devenires y condicionadas por las acciones y reacciones de la contraparte en la relación de poder, es decir, los procesos de empoderamiento de las mujeres son condicionados por algún tipo de acción que deben emplear para romper, resistirse o compensar el poder de suma cero.

---

7 Es importante mencionar que al hablar de la discontinuidad del proceso de empoderamiento, de las relaciones de poder de las mujeres empresarias y las acciones de conformidad, subordinación o resistencia se retomarán a lo largo de este trabajo los postulados tanto de Foucault como de Niño y Villareal contenidos en las referencias bibliográficas que se citan al final del presente documento.

Para De Certeau (2000), la estrategia[8] puede ser entendida como el recurso de acción planeado por parte de un sujeto con poder y la táctica[9] como el recurso del débil para contrarrestar la estrategia, en este sentido, los conceptos de estrategia y táctica son ejes teóricos útiles para el análisis de los procesos de empoderamiento de las mujeres empresarias, ya que dentro de las relaciones de poder de las mujeres existe alguien que ejerce el poder y otro que se somete al mismo. Sin embargo, no podemos hacer generalizaciones con respecto a si las mujeres son siempre las que utilizan el recurso del débil (táctica) para contrarrestar los efectos de un poder opresor o si sus acciones son eminentemente estratégicas. Diferenciemos pues, las estrategias de las tácticas de las mujeres empresarias.

La estrategia es vista como el recurso de quien ejerce el poder y es resultado de una voluntad propia, es necesario que primero se visualice el espacio y el tiempo en que se obtendrá un beneficio, es decir, que previamente planee lo que se pretende alcanzar; mientras que la táctica opera de manera emergente, es la reacción que se tiene a partir de una posición de dominación, en donde la táctica da importancia no al lugar sino al tiempo, actúan en el momento preciso, para transformar la situación de manera beneficiosa. Así, podemos identificar como una estrategia de las mujeres el buscar una fuente de ingresos a través de su incorporación al mercado laboral y podemos hablar de las actividades domésticas como cocinar, limpiar, cuidar a los miembros de la familia como tácticas para equilibrar los efectos del poder.

La resistencia surge y existe dentro de las relaciones de poder, sin embargo, si no se cuestiona cómo opera el poder, cuáles son sus condiciones de existencia y funcionalidad, la resistencia no puede tomar forma, es interna (Foucault, 1985). En este sentido, para considerar que una acción de resistencia es una estrategia, implica que el individuo sea consciente de que su acción individual o colectiva está dirigida a mitigar o impugnar una relación de dominación (Ravelo, 2002) y que a su vez se generen sentimientos de transformación y/o de permanencia en las relaciones sociales. La resistencia es una estrategia interna que se encuentra presente en forma de lucha individual o colectiva en contra de la sujeción de los cuerpos y contra la sumisión de las subjetividades, para tratar de

---

8 Para De Certau una estrategia se define como "… el cálculo (o a la manipulación) de las relaciones de fuerzas que se hace posible desde que un sujeto de voluntad y de poder… resulta aislable. La estrategia postula un lugar susceptible de circunscribirse como algo propio y de ser la base donde administrar las relaciones con una exterioridad de metas o de amenazas" (De Certau, 2000:42).

9 De Certau conceptualiza una táctica como "un cálculo que no puede contar con un

desinteriorizar las ideológicas del sistema patriarcal apropiándose y reutilizando sus propios elementos para poder resistirlo (Ravelo, 2002) y las estrategias de resistencia pueden dirigirse hacia la conservación de la vida o para mejorar la calidad y condiciones de vida así como para romper con las prácticas de discriminación y opresión, de tal forma que en los procesos de empoderamiento de las mujeres se encuentran presentes.

Otra estrategia que se identifica como parte del proceso de empoderamiento es la negociación. La multidireccionalidad en las relaciones de poder de la que hablan Niño y Villareal (2011), refiere a que ninguno de los actores que participan en ésta relación puede definir a priori qué es lo que sucederá y por lo tanto no puede ejercer completamente el poder, por lo que se ven obligados a negociar. En este sentido, la negociación hace referencia a quién toma las decisiones, quién plantea ideas o soluciona problemas, quién recibe mayor acuerdo y quién participa más en las discusiones (Galaz, Loving, Aragón y Cervera, 2005) tanto en el hogar como en los ámbitos profesionales, sociales y laborales, sin olvidar las condiciones socioculturales que establecen las normas y definen el actuar de hombres y mujeres. Esto es, las estrategias de negociación de las mujeres están condicionadas por sus intereses individuales o grupales, incluso por su capacidad de alternar posiciones dentro de la relación de poder.

Para Bordieu (1998), la dominación masculina es una condición histórica vinculada con las estructuras de la división sexual, en la que las relaciones de dominación aparecen como naturales, por lo que la sumisión paradójica es consecuencia de la invisibilidad que la violencia tanto física como simbólica resulta para las víctimas, en este sentido, la subordinación en las mujeres se puede entender como un instinto para protegerse y contrarrestar en cierta medida los efectos de la dominación masculina. Incluso, Niño y Villareal (2011) plantean que, con el objetivo de ganar espacios de acción social, la mujer llega a subordinarse de manera consciente, es decir, con el fin de ser aceptada en grupos masculinos, las mujeres voluntariamente mienten o encubren situaciones que dentro de las relaciones de poder las coloca en ventaja. Para Lagarde (1997), las mujeres optan por esta estrategia de subordinación con la esperanza de satisfacer sus necesidades además de obtener bienes vitales de los que carece, sin embargo, en este trabajo también se considera que las mujeres optan por estrategias de subordinación para ser incluidas en espacios tradicionalmente considerados como masculinos.

Otras estrategias que se encuentran presentes dentro del proceso de empoderamiento de las mujeres, son las de compensación. La compensación se manifiesta a partir de las contradicciones y discontinuidades del

poder. Así, la compensación actúa a partir de la frustración y consiste en que se sustituye la pérdida o la insatisfacción a través de otros objetos o actividades (Lagarde, 1997). En las relaciones de poder de las mujeres, las estrategias de compensación se encuentran presentes, al sustituir un elemento, un acto o un acuerdo por otro con lo que se disminuyen las consecuencias y en algunos casos se logra disolver el conflicto.

Así constatamos que el proceso de empoderamiento no es lineal, ya sea por las relaciones de amistad, familiares, laborales, profesionales e incluso sociales, como por los factores emocionales y culturales que son difíciles de superar. Estos factores además de que se permean en las relaciones de poder, atraviesan diferentes ámbitos y dimensiones en la vida de las mujeres y es en este sentido que propusimos reconstruir el proceso de empoderamiento de las mujeres apoyándonos en la propuesta de Rowlands (1997), en tres dimensiones: individual, de relaciones cercanas y relaciones colectivas.

5. Dimensiones del empoderamiento.

Como hemos mencionado, los procesos de empoderamiento son complejos, discontinuos y erráticos para quienes recurren a las nociones simples y estereotipadas del poder (Niño y Villareal, 2011), por lo que incorporamos a nuestros referentes teóricos de empoderamiento y poder, algunos aportes sobre las categoría de clase, intereses y metas de las mujeres, así como las dinámicas y dimensiones del poder. Así pues, Sen y Grown (1987) resaltan la importancia de situar las desigualdades de clase y de género en el contexto de la sociedad de referencia. Mientras que Young (1993), hace una distinción entre condición y posición de las mujeres; establece que condición se refiere al estado material en el cual se encuentra la mujer (pobreza, nivel de educación, excesiva carga de trabajo, falta de acceso a la tecnología) mientras que por posición supone la ubicación social y económica de las mujeres con respecto a los hombres.

Por su parte, Molyneaux (1985) considera que es necesario diferenciar entre los intereses prácticos de las mujeres (alimentación, salud, educación, agua, cuidado de los hijos) y sus metas estratégicas de género impulsadas a cambiar su subordinación. De tal manera que los intereses prácticos de las mujeres pueden ser entendidos como aquellos que son asignados por su rol de mujer y forman parte de su vida privada, en los que se incluyen aquellas necesidades para la sobrevivencia, y las metas estratégicas de género son aquellas que tienen las mujeres como grupo,

en el que se hace presente el cuestionamiento del papel que juegan dentro de la sociedad, en el que se recalcan las implicaciones que tienen las desigualdades, como lo es la diferencia entre los sueldos, el acceso restringido de las mujeres a las posiciones de poder e incluso la violencia y el control de la sexualidad. Finalmente, Lukes (1974) aporta las dinámicas del poder *con, para, desde* y *sobre*, tema que retomaremos líneas más adelante.

En este sentido, Niño y Villareal (2011) señalan que el supuesto histórico con respecto al poder identificado como predominante en las mujeres es el poder sobre. De ahí que este supuesto se traduciría en que el empoderamiento de las mujeres llevaría al desempoderamiento de los hombres y se asume de facto que son los hombres quienes tienen el poder y como consecuencia las mujeres no lo tienen, por lo que la visión se limitaría a observar a las mujeres únicamente como víctimas y el empoderamiento de las mismas como algo externo a sus relaciones sociales. Es decir, esta visión del poder supone dos escenarios para las mujeres, o ejercen el poder o se subordinan a él.

Sin embargo, siguiendo la propuesta de Lukes (1974), Rowlands (2005) desarrolla un modelo de las dinámicas del poder en el género femenino, en el que habilita las cuatro clases de poder: 1) el poder sobre; 2) el poder para; 3) el poder con; y 4) el poder desde dentro. En donde el poder sobre o de suma cero, implica que el aumento de poder de una persona es la pérdida del poder de otra y por lo tanto es de suma negativa. Mientras que los otros tres tipos de poder, son de una suma positiva, debido a que el incremento de poder de una persona incrementa el poder total disponible. El poder para, es el poder que tienen las personas para estimular las actividades de otros; el poder con, representa la sumatoria de poderes individuales y el poder desde dentro es el que reside en cada individuo.

De estos argumentos, la autora concluye que el empoderamiento puede ser modificado en tres dimensiones: individual, la cual supone que el poder se desarrolla desde dentro, con un fuerte sentido del yo y se ejerce a través de la confianza y la capacidad individual para deshacer los efectos del poder opresivo interiorizado. En la dimensión de relaciones próximas, el poder se supone al desarrollar la capacidad de negociar e influir en la naturaleza de las relaciones personales o profesionales, así como de las decisiones que se toman dentro de ellas; y finalmente en la dimensión colectiva, el poder se da de manera colegiada, los individuos trabajan en conjunto para lograr un impacto más amplio del que se podría alcanzar de forma individual, incluye la participación en organismos públicos, políticos y privados o incluso a través de la formación de redes de apoyo.

Al aplicar el análisis de estas tres dimensiones en la realidad de las mujeres empresarias, nos damos cuenta que no están claramente delimitadas, ya que el proceso de empoderamiento es único, es decir, las mujeres viven un solo proceso durante su vida, el cual provoca cambios en diferentes áreas (personal, con sus relaciones cercanas y colectivas). Sin embargo, metodológicamente separar el proceso de empoderamiento en estas tres dimensiones nos facilitó el análisis en tres aspectos: 1) comprender qué cambios se están produciendo en cada una de las áreas de la vida de las mujeres; 2) identificar cual es la dimensión en que se presentan mayores conflictos; y 3) reconocer la interdependencia que existe entre las tres dimensiones.

6. ¿Se puede medir el empoderamiento? Debates con respecto a la medición del empoderamiento.

Durante el último cuarto del siglo XX la categoría de género se posicionó en el debate de las relaciones de poder ante el reconocimiento de la participación de las mujeres en los procesos económicos y sociales del desarrollo (Hernández y Hernández, 2013). En estas décadas se comenzó a visualizar la posición estratégica de las mujeres en el desarrollo y se reconoció tanto la marginación de la que habían sido objeto, como la necesidad de tomar en cuenta el trabajo realizado por las mismas. De esta forma surgió el enfoque Mujer en el Desarrollo (MED)[10] como un nuevo camino para incorporar a las mujeres a los procesos de modernización.

A mediados de los años 80 se produjo un cambio importante en la forma en que la contribución al desarrollo estaba visualizando a las mujeres. Diversos estudios pusieron en relieve que las relaciones de dominio/subordinación entre los géneros constituían un obstáculo para la participación de las mujeres en el desarrollo. El término de empoderamiento se manifestó por primera vez como parte del movimiento de mujeres en el marco de los trabajos de DAWN (Development Alternatives with Women for a New Era) en un trabajo preparado por las activistas Sen y Grown para la Tercera Conferencia Mundial de la Mujer que tuvo lugar en Nai-

[10] El enfoque MED surge como una estrategia de desarrollo que hace hincapié en la necesidad de aplicar recursos a fin de mejorar las condiciones de las mujeres, no obstante estas acciones se enmarcaron en enfoques tradicionales ignorando la estructura básica de desigualdad entre las relaciones entre mujeres y hombres, reforzando los roles genéricos sin cuestionar la división social del trabajo (Hernández y Hernández, 2013).

robi en 1985. (Sen y Grown, 1993; Batiwala, 1994; León, 1997 y García, 2003). Así, el concepto de empoderamiento surge como un instrumento para alcanzar las metas estratégicas de las mujeres y cambiar su posición de subordinación (García, 2003; Molyneux, 1985; Young, 1993), el cual propone ir más allá de las necesidades básicas de las mujeres y romper con los papeles tradicionales de sumisión que socialmente le son atribuidos.

En consecuencia, el énfasis de los análisis y las propuestas dejó de estar centrado en la mujer y comenzó a enfocarse sobre el género, particularmente, sobre las relaciones desiguales de poder entre los géneros. Este cambio de perspectiva, dio lugar a la evolución del enfoque MED hacia el enfoque Género en el Desarrollo (GED) que busca tanto empoderar a las mujeres como, conseguir la equidad entre los sexos dentro del contexto económico. La propuesta básica del GED es que el acceso de las mujeres al control de recursos materiales (físicos, humanos, financieros, tecnología, el cuerpo, el trabajo y el dinero), intelectuales (conocimientos e información), y culturales (influir en las creencias, valores, actitudes y comportamientos), es condición necesaria para dar más poder a las mujeres a través de un incremento en su autoestima con el objetivo de fortalecer su posición social, económica y política (Meza et al, 2002).

El enfoque GED sostiene que sólo se pueden alcanzar los objetivos de desarrollo si se logra la igualdad de género (Fajardo, 2011), basa sus intervenciones en las relaciones desiguales entre hombres y mujeres y parte del reconocimiento de la relación de subordinación de las mujeres, por lo tanto, desde este enfoque, es necesario dejar de analizar las necesidades de las mujeres de manera aislada para poder flexibilizar los papeles asignados a hombres y mujeres en todos los ámbitos sociales y reestructurar así las relaciones de poder entre los géneros.

En el sentido transformador del orden de género que persigue el enfoque GED, emergen tanto las estrategias del *gender mainstreaming*[11] y de empoderamiento de las mujeres[12] así como indicadores internacionales

---

11 En la presente investigación el concepto de gender mainstreaming no tiene un papel central, sin embargo es necesario hacer la aclaración que se utiliza el término anglófono porque ante la falta de existencia de un término en castellano que refleje con exactitud el sentido de mismo, se ha traducido como "transversalidad del género" para dar el sentido estratégico, no obstante esta traducción deja fuera la parte central del concepto ya que "…la idea de la perspectiva de género debe ser parte de la corriente política principal y debe aplicarse para establecer objetivos y prioridades de la agenda política general " (Lombardo, 2008:67).

12 El empoderamiento como estrategia presenta algunas divergencias, trabajos como el de Ajamil (1999) sitúan la estrategia del empoderamiento dentro del enfoque

para medir las desigualdades de género relacionadas con el desarrollo humano y el empoderamiento de las mujeres en cada país.

El Índice de Desarrollo Humano relativo al Género (IDG) es una medida de ajuste al Índice de Desarrollo Humano (IDH), en el que se reflejan las desigualdades entre hombres y mujeres, específicamente sobre tres dimensiones: vida larga y saludable (esperanza de vida), educación (medida según la tasa de alfabetización de adultos y la tasa bruta combinada de matriculación en primaria, secundaria y terciaria) y nivel de vida digno (medido según el cálculo de los ingresos percibidos); mientras que el Índice de Potenciación de Género (IPG),[13] refleja la participación de las mujeres en la vida pública, pero debido a la limitación de los datos, no refleja otros aspectos de su empoderamiento, en particular en el hogar o en la vida comunitaria. Se apoya en tres variables que miden la equidad de género con relación a la participación política y económica para la toma de decisiones, el poder sobre el ejercicio de recursos económicos a través de los porcentajes de mujeres y hombres en cargos políticos y directivos, así como la comparación de los ingresos económicos entre hombres y mujeres calculado a partir del PIB per cápita en dólares.

Si bien es cierto, esta investigación no tiene como objetivo medir cuantitativamente el empoderamiento de las mujeres, consideramos importante reflexionar en torno a los índices al respecto, por lo que a continuación se presentan los indicadores de desarrollo humano en México correspondientes a los municipios que conforman la ZMG así como algunas reflexiones con respecto a las variables que se incluyen como parte de su medición.

Los indicadores de desarrollo humano y género en México para 2005 colocan a Jalisco en el lugar 14 según el índice de desarrollo relativo al género (IDG), es decir, la entidad registra un IDG menor al promedio obtenido a nivel nacional (Ver gráfica 1).

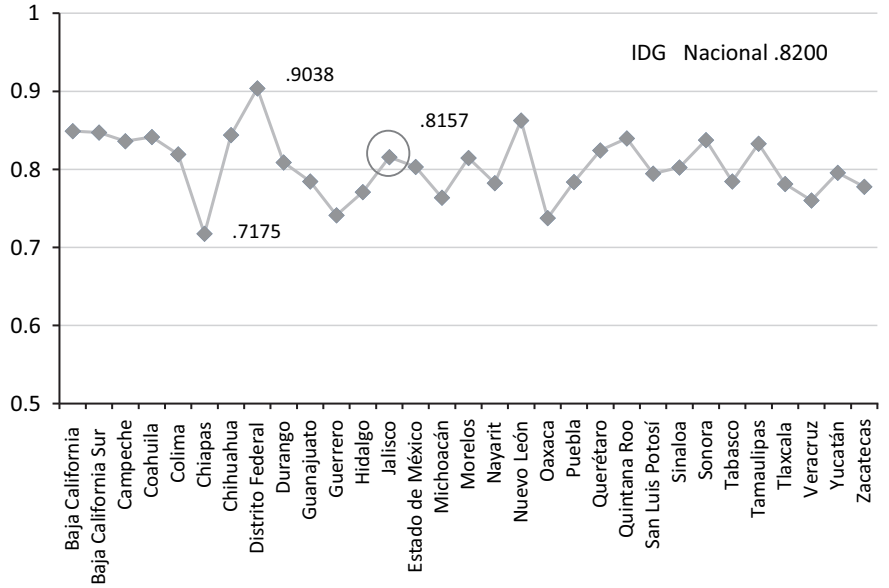
No obstante, la cercanía del valor del índice en el Estado con el valor de la media nacional, podemos intuir que en Jalisco las desigualdades entre hombres y mujeres, en términos de acceso a la educación, calidad y

---

MED, no obstante Rodríguez Manzano (2006) y Fajardo (2011) coinciden en incorporarla como parte del GED en tanto que concibe las desigualdades de género como estructurales y entre sus objetivos está el modificar las relaciones de poder, de manera que sean más igualitarias entre mujeres y hombres.

13 En algunos documentos del PNUD este índice también es nombrado como Índice de Empoderamiento de Género (IEG), no obstantes ambos índices son utilizados para medir el empoderamiento relativo a las mujeres y los hombres en las esferas de las actividades políticas y económicas.

Gráfica 1 Índice Nacional de Desarrollo relativo al Género 2005



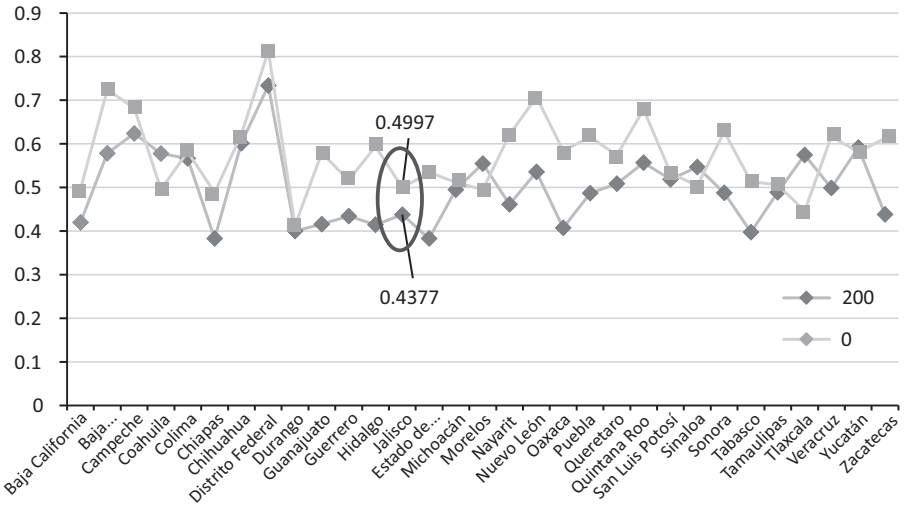
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del PNUD, 2005.

esperanza de vida son mayores que en estados como Nuevo León, Tamaulipas, Chihuahua y Sinaloa.

La gráfica 2 muestra como las oportunidades para las mujeres en los ámbitos de participación política, económica y en ocupación como directivas o funcionarias de primer nivel para el año 2000 en el Estado con un valor de 0.4377son menores que la media nacional que equivalía a 0.6267, no obstante, la tasa de crecimiento del IPG del 2005 con relación a los datos presentados en el 2000 creció en el Estado un 14.16% pasó de 0.4377 a 0.4997 en 2005, mientras que la media nacional creció un 13.43%, por lo que podemos decir que en esos 5 años la participación de mujeres en ámbitos políticos o directivos con procesos de toma de decisiones estratégicas en Jalisco incremento con mayor rapidez que en el resto del país, sin embargo, nuevamente comparado con estados como Nuevo León, Querétaro, Sonora, Baja California, Nayarit, Veracruz y Puebla, Jalisco se coloca por debajo en el indicador.

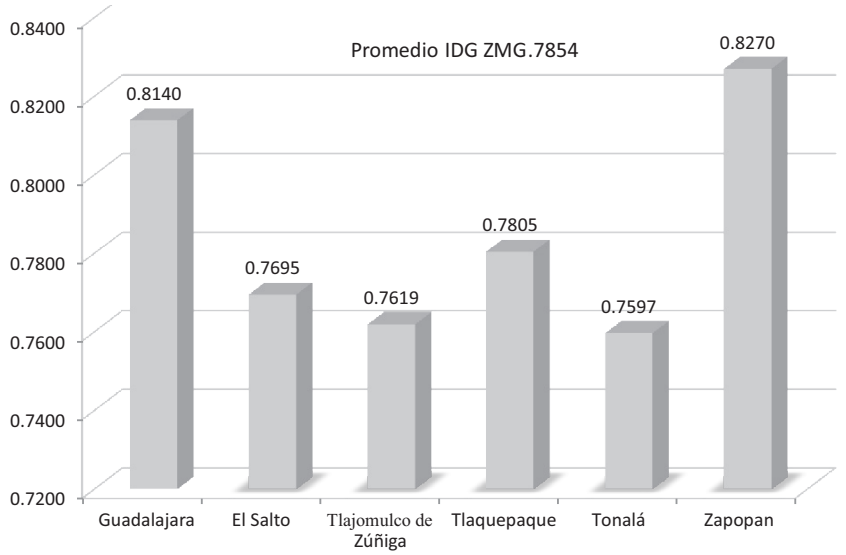
Con respecto al comportamiento municipal de los índices de desarrollo y potencialización de género al interior de la entidad, tenemos que el IDG de la ZMG se encuentra por debajo del promedio estatal en un 3.71%,

Gráfica 2. Índice Nacional de Potenciación de Género 2000-2005



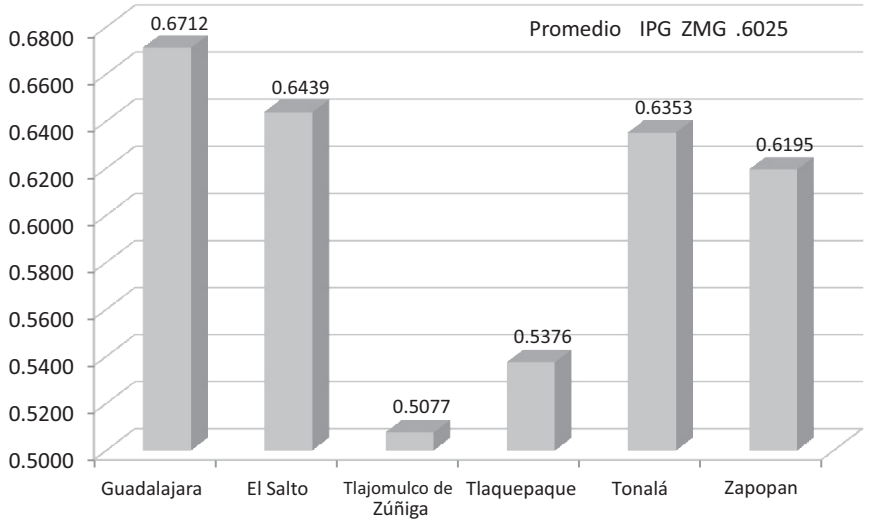
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del PNUD 2005.

Gráfica 3. Índice de Desarrollo relativo al Género de los municipios que conforman la ZMG 2005



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del PNUD, 2005.

Gráfica 4. Índice de Potenciación de Género de los municipios que conforman la ZMG 2005



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del PNUD, 2005.

para colocarse en un .7854, por lo que los municipios que conforman esta zona metropolitana muestran una pérdida de desarrollo atribuible a las diferencias entre hombres y mujeres inferior al promedio de la entidad (Ver gráfica 3).

En el caso del IPG de la ZMG, el promedio de los municipios que la conforman es mayor al índice estatal en un 20.57%, lo que indica que la participación de las mujeres en ámbitos políticos, laborales y económicos de esta zona metropolitana sitúan a las mujeres en mejor posición que en el resto de la entidad.

No obstante, existen cuatro críticas importantes al respecto de estos índices. La primera señala que ambos índices de género tienen una fuerte correlación con el PIB y, por ende, miden el nivel de bienestar general en vez de la desigualdad de género (Dijkstra y Hammer, 2000; Dijikstra 2002, 2006). Una segunda crítica es que estos índices, están más interesados en determinar los recursos humanos necesarios para obtener un crecimiento económico sostenible, que el desafiar los marcos de la economía global y sus desigualdades estructurales (Hirway y Mahadevía, 1996). La tercera crítica hecha por Truong (1997), argumenta que aspectos como la ética, el compromiso social y la conciencia moral son ignorados en la cons-

trucción de estos índices. La cuarta crítica es que estos indicadores desconocen aspectos de vital importancia, tales como los relacionados con el cuerpo, la cultura, la imaginación, el cuidado, la ecología y la compasión, su orientación en lo económico está por encima de lo físico (Wieringa, 1997). En nuestra apreciación la operacionalización de estos indicadores no considera los factores históricos y socioculturales de cada nación. Los resultados de las mediciones internacionales se basan en metodologías de clasificación nacional, en donde los sesgos que se presentan sólo pueden ser entendidos en el contexto nacional en que se recolectaron los datos.

A este respecto, García (2003) señala que en la medida que el empoderamiento gane terreno en la sociodemografía se incrementará el uso de encuestas para intentar acercarse al conocimiento de esta transformación. Para García los instrumentos cuantitativos coinciden al medir indicadores directos de autonomía y algunas dimensiones del poder, sin embargo, estas herramientas no tienen acceso a las fuentes de poder y las formas de control de diferentes recursos indispensables en los procesos de empoderamiento. De tal forma que medir el empoderamiento a partir de indicadores constituye un reto adicional debido a que los resultados no son siempre uniformes, debido tal vez a la multidimensionalidad de las transformaciones de las sujetas de estudio.

Pero el poder no es sólo una actividad presente en el ámbito macrosocial o que tiene que ver sólo con el Estado, es también un elemento multidimensional y microfísico (Foucault, 1979), y este es el nivel de análisis que nos interesa en nuestra investigación, en virtud de que se pretende dar cuenta de los procesos de empoderamiento y la relaciones de poder que atraviesan las mujeres en distintas etapas de su vida, por lo tanto es necesario reflexionar en torno a sus interacciones en dimensiones individuales y de relaciones cercanas en las que se ven involucrados otros actores de su vida como son sus parejas, padres, hijos, empleados y colegas empresarios.

En este sentido, el empoderamiento es un proceso no lineal que se da a lo largo de la vida de las mujeres, Mayoux menciona que "la complejidad inherente y la naturaleza potencialmente conducida por el conflicto del empoderamiento mismo hace que el éxito total nunca será alcanzado por todas las mujeres" (Mayoux, 1998: 48). Por lo tanto, no existe una meta o un punto en el cual se pueda decir que una mujer se ha empoderado totalmente, sólo se puede hablar de que las mujeres se empoderan y que este empoderamiento se identificará a través de los cambios perceptibles por las mujeres mismas y por aquellos que se relacionan con ellas. Para esta autora la discusión en torno a la expresión "estar empoderadas" gi-

ra en tono a qué cantidad de un cambio podría estar indicando el haber alcanzado dicho punto y quién debería establecer esa cantidad y con qué criterios son las propias mujeres. De ahí que propone hablar de procesos y no de estados como "se están empoderando" o "se empoderan" en lugar de "están empoderadas".

El problema metodológico de la dificultad de contar con indicadores de cambio que señalen que se está dando un proceso y cuál es su grado de avance, no sólo se debe al hecho de que no existe un punto que indique el inicio y el final de éste, sino también a que es vivido de forma diferente por las integrantes de un grupo de mujeres. El que su proceso de empoderamiento sea diferente, dependerá de elementos como la identidad, la subjetividad, la historia personal, las circunstancias de vida, lo que plantea otro reto metodológico, pues la evaluación del empoderamiento de las mujeres deberá considerar que el mismo no es un proceso homogéneo y que por lo tanto los métodos cuantitativos pueden arrojar resultados sesgados de lo que sucede en la realidad (Hidalgo, 2002), pero aún con estas limitantes nos guían para reflexionar en torno a la realidad de las mujeres empresarias.

También es importante tener en cuenta otro problema señalado por Niño y Villarreal: "la noción de poder se vuelve resbalosa y difícil, ya que implica, no sólo cuestiones objetivas y materiales sino también una serie de elementos subjetivos que entran en juego al tratar de evaluar y contrastar los niveles y grados de poder. Hablamos de formas un tanto fragmentadas y erráticas de poder" (Niño y Villarreal, 2011: 301). En este sentido es que optamos por analizar los procesos de empoderamiento a partir de tres dimensiones (individual, de relaciones cercanas y relaciones colectivas), para incluir como parte de nuestra reflexión aquellos momentos, emociones y situaciones que llevan a las mujeres a adoptar una postura y tomar una decisión dentro de su vida.

Finalmente, es necesario recordar que en esta tesis no planteamos medir el nivel de empoderamiento de las empresarias, sino reconstruir a través de un estudio cualitativo el proceso de empoderamiento, a partir de las historias de vida narradas por las propias protagonistas. Estas historias nos muestran los momentos, las coyunturas, las rupturas y los conflictos que se presentan en la vida de las mujeres empresarias. Incluso como parte de nuestras entrevistas exploramos niveles subjetivos en el que a través de su narración las mujeres nos describen los sentimientos y la emociones que enfrentan como parte de sus relaciones de poder, para entonces, estar en posibilidad de develar las situaciones individuales y colectivas que nos permitan explicar cómo es que las mujeres empresa-

rias, sujetas de éste estudio, desarrollan estrategias de compensación, subordinación, negociación o resistencia como parte de su proceso de empoderamiento.

CAPÍTULO II

Trayectoria metodológica

A partir de los años setenta la participación de las mujeres en el mercado empresarial marca una tendencia de incremento por lo que se considera como una de las "grandes revoluciones silenciosas de la segunda mitad del siglo XX" (Zabludovsky, 2007). La incursión de las mujeres en la vida empresarial no es una casualidad; responde en mucho a la necesidad personal y económica que las mujeres tienen en determinada etapa de su vida de colaborar con el ingreso y sustento de los hogares. De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas (ONU, 1991), las mujeres en el mundo de los negocios se han convertido en un tema de moda en los últimos años, sus expectativas tanto en la formación académica como en la motivación de sus propias empresas y formar equipos de trabajo van en aumento. Diversos estudios[14] han denotado que a pesar de la no muy notoria participación de las mujeres como empresarias, cada vez más mujeres deciden crear su propia fuente de empleo a partir de la constitución de sus empresas.

Es importante destacar que el incremento de la inserción de mujeres al mundo empresarial no sólo se limita a la creación de fuentes de trabajo

---

[14] El enfoque MED surge como una estrategia de desarrollo que hace hincapié en la Véase de Zabludovsky, G. Presencia de las empresarias en México: diagnóstico comparativo regional y mundial. Revista Mexicana de Sociología, México, 1995, pp.255-285; Freman, S. & Varey, R. J. The Effects of Entrepreneur Characteristics and Gender Based Managment and Communication Styles from an Internal Marketing Perspective, within both Small and Large Business Environment, Marketing Education Review. 1997; Barrera Bassols Dalia, Empresarias y Ejecutivas Mujeres con Poder, México, El colegio de México, 2001; Cerda, C. A. Diagnóstico sobre la situación de las empresarias, Dirección General de Promoción y Enlace/ Dirección de Desarrollo Sustentable, INMujeres, México, 2008; Antón G.B. del P. & Peña, C. M. A. Discriminación por género en el ámbito empresarial. Colección de Estudios 2010. Consejo Nacional Para Prevenir la Discriminación. México, D.F. 2009.

y al crecimiento económico derivado de su participación en la actividad empresarial. Las mujeres ven en la creación de sus empresas una posibilidad para reflejar sus propias necesidades y estilos de vida (Zabludovsky, 2001), de conciliar su vida familiar y laboral (Martínez, 2004), y mejorar los niveles de bienestar, salud y educación de sus familias (Avelar y Zabludovsky, 1996). Nosotros creemos que además contribuye en los procesos de empoderamiento de las mujeres y en el desarrollo personal.

Estudios realizados en algunas zonas de México han demostrado que la incursión femenina al sector empresarial se ha incrementado de manera notable en las últimas tres décadas. Este fenómeno cobra vital importancia por el impacto económico, social y cultural que representa, ahora las mujeres transforman los roles tradicionales de amas de casa para convertirse en mujeres empresarias y a la vez se convierten en una fuente de trabajo para distintas zonas del país, incluyendo tanto las áreas rurales como las zonas urbanas. Ante este contexto es que se definió la estrategia metodológica para explorar y reconstruir el proceso de empoderamiento de las mujeres empresarias. Es importante mencionar que la ruta metodológica estuvo en constante transformación desde su inicio, es decir, se modificó y se ajustó con el objetivo de buscar la forma más adecuada para describir las relaciones de poder de las empresarias y evitar sesgos en la representación de la realidad de las mujeres entrevistadas.

1. El método

Este trabajo se sumó al esfuerzo de otras investigaciones cuyo objetivo principal es estudiar los procesos de empoderamiento de mujeres. Partió del interés de captar a través de la narrativa de ellas mismas las relaciones de poder que afrontan a lo largo de su vida, tanto en la dimensión personal como en la colectiva y con sus relaciones cercanas. No obstante, la investigación no pretende sumarse ni a los debates sobre si el método cualitativo surge como resultado de la polémica ante el método positivista (Jorge, 2003), ni tampoco a señalar las debilidades del método cuantitativo (Salas, 2011). Por el contrario, nosotros coincidimos con Pinilla, Rondón y Sánchez (2001), cuando señalan que las diferencias y complementariedades entre estos métodos forman un todo que ofrece elementos para mejorar la construcción del conocimiento de la realidad social.

En este sentido y sin pretender una metodología de triangulación entre métodos cuantitativos y cualitativos, en el Capítulo IV titulado Empresarias de la ZMG, hacemos una caracterización de datos estadísticos de

las mujeres que son propietarias de un negocio, así como un comparativo entre los empresarios de género masculino, lo anterior con el objetivo de describir los contextos económicos y sociales en que se encuentran insertas nuestras sujetas de estudio.

Sin embargo, dado que entre los objetivos de nuestra investigación se encuentra tanto el describir cómo se desarrollan las estrategias de compensación, subordinación, negociación o resistencia de las mujeres empresarias como parte de sus relaciones de poder, así como como la reconstrucción de sus procesos de empoderamiento, nos enfocaremos mayormente en una metodología de corte cualitativo, por las siguientes razones:

- La investigación cualitativa es multimetódica, naturalista e interpretativa (Denzin y Lincoln (1994), es decir, permite a los investigadores e investigadoras indagar en un contexto natural ciertas situaciones a partir de una variedad de técnicas y materiales empíricos, tales como: estudio de caso, experiencia personal, historia de vida, entrevistas a profundidad, diario de campo, observaciones, entre otros; y a su vez interpretar los significados que las personas les otorgan a las situaciones en particular.
- Intenta comprender y hacer al caso individual significativo en el contexto de la teoría, a la vez que provee nuevas perspectivas sobre lo que se conoce, describe, explica y reconstruye (Vasilachis, 2003).
- Permite describir los momentos "habituales y problemáticos y los significados en la vida de los individuos" (Ibíd., 2003:28)

Así, el método cualitativo nos permitió ceñir nuestra investigación a la comprensión -más que a las predicciones- de la realidad social de las mujeres empresarias a la vez que nos ofreció mayores herramientas para entender, analizar y explicar los diferentes momentos y situaciones que enfrentan, así como las estrategias que desarrollan las mujeres como parte de sus relaciones con el poder en cada una de las dimensiones de análisis. A partir de la investigación de tipo cualitativa, pudimos introducirnos a momentos íntimos que permitieron develar sus emociones y sus sentimientos ante sus propias descripciones de situaciones que han enfrentado a lo largo de su vida, por lo anterior utilizamos como técnicas metodológicas cualitativas los relatos y cursos de vida.

2. Estrategias metodológicas

En nuestra investigación utilizamos como estrategia metodológica los cursos y relatos de vida, así como el análisis de contenido solo para su

narrativa. El curso de vida nos permitió comprender la formación y organización de los hogares, mientras que los relatos de vida nos ayudaron a identificar, por un lado, los significados individuales en los procesos de empoderamiento de las mujeres empresarias y, por el otro, reconstruir el contexto social tanto en sus hogares como en sus restaurantes. Estos métodos nos dieron acceso a la cadena de acontecimientos que llevan a una mujer a desempeñar dobles roles de trabajo y a incursionar como empresaria en los mercados laborales que históricamente han sido dominados por hombres; incluso aquellas situaciones que las llevan a desarrollar estrategias de compensación, subordinación, resistencia e incluso de negociación con sus parejas, familias, colegas y trabajadores para nivelar su actuación personal y familiar.

Cursos de vida

Para algunos autores, la perspectiva de curso de vida, es una ampliación del concepto de ciclo de vida, ya que se basa en éste para analizar las posibles y diferentes historias familiares (Elder, 1978; Ryder, 1987; Tuirán, 2001; Acosta, 2003; Blanco y Pacheco, 2003). No obstante, coincidimos con Elder (1998) cuando señala que la perspectiva de curso de vida no se contrapone con la perspectiva de ciclo de vida, sino que se complementan; por un lado permite comprender la formación y organización de los hogares, y, por el otro, permite reconstruir la trayectoria de vida de las mujeres empresarias a partir de la narrativa de experiencias y características familiares.

Para Elder (1978), el enfoque metodológico de curso de vida también se basa en tres diferentes desarrollos teórico-metodológicos para el análisis de los patrones de vida familiar: "la psicología del desarrollo individual, el método de historias de vida en la recolección y recuperación de los datos y la investigación acerca de la asignación del tiempo" (Elder, 1978:19-20). En este sentido, a partir de Elder (1978, 1998 y 2001), definimos operativamente el concepto de curso de vida como una secuencia de eventos y roles sociales que son graduados a partir de la edad y que están insertos en la estructura social que moldean el rumbo de vida individual y colectiva a partir de cinco principios orientadores: 1) Principio del desarrollo a largo tiempo; 2) Principio de tiempo y lugar; 3) Principio del *Timing*; 4) Principio de vidas interconectas; 5) Principio de libre albedrío.

En el principio del desarrollo a largo tiempo, se estudiaron las vidas de las mujeres empresarias en periodos substanciales de tiempo con lo cual pudimos dilucidar el juego entre cambio social y desarrollo indivi-

dual. El principio de tiempo y lugar nos permitió insertar el curso de vida de nuestras sujetas de estudio en un momento histórico y un lugar específico para cada una de ellas. A partir del principio del *Timing*, o momento en la vida, identificamos aquellos sucesos o eventos de transición o contingente que marcaron la vida de las empresarias, tales como divorcios, viudez, orfandad, desempleo, muerte de familiares cercanos, nacimiento de los hijos, entre otros. A través del principio de vidas interconectas, revisamos la dependencia de las empresarias con otros miembros de su familia e identificamos aquéllas influencias histórico-sociales, en las que se dibujan las interdependencias de las trayectorias de cada una. Finalmente, con el principio de libre albedrío, identificamos dentro de su discurso los momentos, las situaciones detonantes e incluso la forma en que nuestras sujetas de estudio han tomado decisiones y elecciones, a partir de las cuales han llevado a cabo acciones para construir su propio curso de vida, no obstante, comprendemos que este libre albedrío está inevitablemente atado a las fuerzas históricas y sociales, que implican limitaciones.

En este sentido, para nuestra investigación el curso de vida se entiende como un proceso, acompañado por una línea de tiempo que permite a las mujeres empresarias enfrentar acontecimientos que las llevan a tomar elecciones individuales que de alguna u otra forma repercuten en el desarrollo colectivo de la familia y de sus relaciones cercanas. Por lo que a través de este enfoque conceptualizamos a cada mujer empresaria en trayectorias múltiples entrelazadas entre sí, que nos remitió a un flujo continuo de experiencias y nos obligó, como investigadoras a movernos entre diacronía y sincronía, estructura y proceso. Incluso, la metodología de curso de vida nos proporcionó información con respecto a los factores que inhiben o impulsan el proceso de empoderamiento de cada una de las empresarias.

Así, pudimos reconocer los momentos trascendentales en los que las mujeres adquieren o pierden poder - tanto en sus negocios como en sus hogares - y cuáles son las consecuencias -inmediatas o acumulativas- de estos eventos en todas las dimensiones de la vida de las mujeres, que de acuerdo con Tuirán (2001) pueden guiar, modificar, redirigir o reforzar trayectorias de vida, en donde las consecuencias no pueden evaluarse sin tomar en cuenta la naturaleza, fechas y orden de las transiciones, por lo que a partir de ésta estrategia metodológica nos fue posible reconstruir el proceso de empoderamiento de nuestras sujetas de estudio.

Relatos de vida

Con respecto a los relatos de vida, es importante remarcar las diferencias que existen entre esta estrategia metodológica y lo que se denomina historia de vida, ya que no son la misma técnica. La historia de vida remite a estudios sobre una persona específica, en la que se incluye su propio relato y es complementado por el investigador con otras fuentes documentales, cuya característica principal es que el relato cronológico es respetado, mientras que los relatos de vida, permiten recoger las vivencias de los individuos, las cuales definen y diferencian a unos de otros (Panella, 1998), incluso, constituyen una identidad narrativa (Cornejo, Mendoza y Rojas, 2008), que permite, construir y reconstruir a través de los relatos, el sentido de las acciones, los eventos vividos a partir de categorías conceptuales, temporales y temáticas.

Es importante mencionar que el relato de vida reviste una gran variedad de formas metodológicas (Rhéaume, 2002). Para Mallimaci y Giménez (2006), el relato de vida es una entrevista que busca conocer lo social a través de lo individual. Se sustenta en la experiencia del individuo, sin que tenga que ser una persona en particular, es suficiente con ser parte de la comunidad que se estudia (Bertaux, 1999; Ferrarotti, 1988, 2007). Es decir, son un método de acceso a la realidad social a partir de la cual se conoce una sociedad, no sólo en sus datos, sino en las estructuras profundas, los significados y la representación que el individuo da sobre sus propias experiencias que sirven de punto de referencia para construir el conocimiento de lo social.

Para Ferrarotti (1988), el desarrollar los relatos de vida significa involucrarse y profundizar de manera directa con el mundo de los valores, de las representaciones y las subjetividades que constituyen el hilo conductor y el objeto privilegiado en las ciencias sociales. Así, el relato de vida permite tener un acercamiento con lo que las personas han vivido y proporciona fundamentos de la investigación social. Los relatos de vida se convierten en un reflejo del acumulado de las múltiples redes de relaciones, en las que día a día, los grupos humanos se vinculan por diferentes necesidades y permiten tanto descubrir lo cotidiano, las prácticas de vida olvidadas o ignoradas por las miradas dominantes, como recoger las vivencias de personas destacadas o de amplio reconocimiento, de personas invisibles o que tradicionalmente no han tenido acceso al poder.

Es importante recordar que la elección del tipo de relato o historia de vida debe responder a las preguntas planteadas en la investigación,

mientras que el interés teórico-metodológico es el que determina si se buscan personajes relevantes o si se selecciona a sujetos de la vida cotidiana, incluso si se elige el caso considerado como representativo o excepcional, así como si se explora en una o varias historias (Mallimanci y Giménez, 2006). Así, los relatos de vida de las mujeres empresarias nos permitieron en un primer momento, identificar los eventos que ellas consideraban cruciales en su vida para la toma de decisiones importantes, y, en un segundo momento, reconstruir el sentido que ellas mismas dan a esos eventos y cómo es que alteran la normalidad a la que están acostumbradas.

Nos proporcionó elementos para reconocer de qué manera enfrentan una nueva situación o un cambio de contexto social, es decir, este enfoque permitió detallar los procesos tanto de adaptación como el desarrollo de los cambios que suceden en la vida de nuestras sujetas de estudio, incluidos ámbitos de su vida privada como de su vida empresarial, también facultó a realizar un recorrido por sus historias personales, no solo como una reflexión cronológica de sus historias, sino que facilitó la reconstrucción de las relaciones de poder que las mujeres han enfrentado a lo largo de su vida.

Integración de los relatos y cursos de vida

Los relatos y cursos de vida nos permitieron hacer un recorrido por el pasado y presente de las empresarias. Las narrativas de sus relatos de vida se convirtieron en la vía interpretativa, desde su vivencia particular, hasta su integración en la sociedad y viceversa. Es decir, a través de la narración de los relatos de vida de las mujeres empresarias, pudimos realizar un recorrido por sus historias personales, identificar no sólo una reflexión cronológica de sus historias, sino, realizar una reconstrucción de las etapas de su integración familiar y sus relaciones de poder en la dimensión de las relaciones cercanas. Estas metodologías dieron acceso a los significados que las propias mujeres tienen de sus prácticas de vida común, de sus experiencias, de sus valores y de su integración social como grupo. Sirvió como base para el esclarecimiento de los fenómenos sociales de ámbito general e histórico que encuentra explicación a través de la experiencia personal de estas mujeres y de los sistemas de normas y valores que actúan en un espacio en el que se ubica la experiencia, la propia vida vivida y el conjunto de representaciones que les permiten modificar o mantenerse inflexibles en su contexto cotidiano, tanto en su vida privada, como pública.

De tal forma, que estas estrategias metodológicas nos ofrecieron la posibilidad de tener un acercamiento a las trayectorias individuales, familiares y profesionales de nuestras sujetas de estudio, para analizar el proceso de empoderamiento en todo su conjunto. Pudimos identificar lo marginal y lo dominante, en donde no importó tanto lo verídico de los hechos sino la manera en cómo ellas interpretan y, significan desde su presente los obstáculos, discriminaciones y restricciones laborales, familiares, sociales, religiosas, políticas, educativas y de género. Nos permitió acercar nuestro análisis en las dimensiones personal, de relaciones cercanas y colectivas de los factores que inhiben o impulsan el proceso de empoderamiento de las mujeres, tanto en sus hogares como en sus restaurantes, incluso identificamos algunas oportunidades que se han presentado a lo largo de su vida, así como los recursos económicos y materiales que se han visto obligadas a comprometer para la creación, mantenimiento y expansión de sus empresas.

Pudimos identificar aquellos obstáculos que se han presentado a lo largo de su vida, que van desde la decisión de formar una nueva familia, hasta emprender un negocio como posibilidad de subsistencia, incluso, el uso de esta metodología marco la pauta para entender las diferencias entre las familias de origen de nuestras sujetas de estudio y cómo es que estas diferencias han marcado pautas en sus decisiones familiares futuras. También a través de los relatos y cursos de vida de las mujeres empresarias fue posible reconocer las causas que las llevan a tomar decisiones, en algunas ocasiones se identificaron beneficios o ganancias, mientras que en otras inevitablemente tienen que ceder, aunque ello implique una razonable pérdida de poder.

Finalmente, es importante recordar que los cursos y relatos de vida son una estrategia de la metodología cualitativa que trata de profundizar en el conocimiento de nuestras sujetas de estudio, de forma tal que la información que obtuvimos, es sensible a la complejidad de las realidades de la vida en nuestros días, la cual se describe con mayor detalle y precisión a través de sus propios relatos en los capítulos siguientes.

3. Producción de información

Nuestro trabajo de campo partió del supuesto de que la investigación cualitativa requiere de un diseño flexible, por lo que ni el número ni el tipo de informantes se especificó de antemano, sino que iniciamos con una idea general, debido a que privilegiamos la validez de la información re-

colectada y quedó en nuestras manos - a medida que avanzamos en la investigación -, determinar con mayor certeza quienes son las sujetas más apropiados para dar cuenta del fenómeno estudiado.

4. La muestra

Una de las principales diferencias entre los estudios cuantitativos y cualitativos es el muestreo de la investigación. Mientras que la muestra en los estudios cuantitativos se define con base en criterios probabilísticos, en las investigaciones de corte cualitativo se parte de otros supuestos: los sujetos de estudio se eligen por la representatividad del discurso, de los significados, es flexible y reflexiva y la cantidad se determina hasta llegar a tener la información suficiente (Fernández, 2006). Nuestras informantes fueron seleccionadas a partir de un muestreo teórico, donde se buscó representar un problema teórico seleccionando situaciones sociales que ofrecieran observables sobre las categorías de análisis (Glaser y Strauss, 1967). Nuestra muestra se determinó con base tanto en los intereses teóricos del estudio, como en la pertinencia contextual y temática respecto al empoderamiento de las mujeres empresarias y nuestros objetivos de investigación.

En este sentido, Rodríguez, Gil y García (1996) proponen dos preguntas que sirven como guía para el muestreo teórico: 1) ¿Qué grupos o subgrupos suponen un cambio en la siguiente recogida de datos?, 2) ¿En respuesta a qué propósito teórico? Por lo que las informantes fueron elegidas debido a que nos proporcionaron datos que permiten abrir nuevas categorías de análisis, así como la oportunidad de conocer una nueva forma de mirar la realidad hasta llegar a una saturación teórica.

La saturación teórica, significa que hemos encontrado las informantes suficientes para nuestra investigación y es el momento de detenerse en la búsqueda para encontrar nuevas informantes. Para Bertaux (1999) un tema se considera completo en cuanto la información que lo constituye no añade nada diferente a lo que aportaron los relatos anteriores, por lo que los relatos se han de replicar hasta que no surjan novedades. Nuestras sujetas de estudio no fueron elegidas de manera aleatoria, sino que definimos algunos criterios a partir del contexto de las mujeres empresarias restauranteras.

5. Criterios para selección de informantes

Si bien es cierto, nuestra selección de informantes no tuvo como base los fundamentos probabilísticos, tampoco fue una selección de manera discrecional, es decir, para la elección de las mujeres empresarias dueñas de restaurantes que son nuestras informantes en esta investigación, hemos previsto algunos criterios. Los criterios para la selección de nuestras informantes, se establecieron a partir del trabajo de campo exploratorio que realizamos y de los datos estadísticos de las mujeres empresarias restauranteras, los cuales permitieron tener una idea de que en la rama restaurantera existe un predominio abrumador de micro empresas, que el nivel de estudios de las propietarias es el básico y que los negocios restauranteros se cierran en un lapso de tiempo menor a dos años de su inicio de operaciones. Sin embargo, como parte de la muestra también se incluyen entrevistas con propietarias de restaurantes cuyo perfil socioeconómico rompe con la generalización estadística y nos permiten contrastar los procesos de empoderamiento en mujeres ante diferentes extractos económicos.

En este sentido, y con el objetivo de eliminar el sesgo en nuestra investigación, nuestras informantes poseen las siguientes características:

a) Mujeres, propietarias o socias de un restaurante que se ubique en los municipios centrales de la ZMG, para delimitar espacialmente nuestra investigación;
b) Tener una empresa que se encuentre en operaciones en el momento del estudio, con el objetivo de solo considerar a las empresas en funcionamiento dentro de la dimensión temporal de la investigación;
c) Poseer 50% o más de la propiedad de la empresa, indistintamente de la forma como se adquirió la propiedad;
d) Tener por lo menos dos empleados, con el objetivo de diferenciar nuestro estudio del autoempleo;
e) Que sus empresas tengan por lo menos dos años o más de funcionamiento formal, con el objetivo de distinguir oportunidades de corto plazo, de compromisos de largo plazo, así como los obstáculos que han enfrentado;
f) Tener una función directiva en la empresa en el momento del estudio, para analizar el proceso de toma de decisiones;
g) Trabajar a tiempo completo como empresaria, para identificar proyectos empresariales a largo plazo;
h) Recibir la mayoría de sus ingresos de su empresa, para distinguir a

las mujeres empresarias de las que hacen negocios eventuales;
i) Estar vinculada con la empresa por un tiempo mínimo de 2 años;
j) Contribuir con la economía doméstica para analizar la transversalidad que su capacidad económica tiene en sus procesos de empoderamiento dentro de su hogar y de su empresa.

6. Técnicas de recolección de la información

Reconocemos que existen diversas técnicas para la recolección de la información dentro de la metodología cualitativa, no obstante, para los objetivos de nuestra investigación optamos por la entrevista a profundidad ya que creemos que nos permite "…conocer, entender e interpretar mejor las percepciones y el comportamiento humano, además de hacer posible una recopilación detallada del contexto sociocultural y de los patrones de comportamiento de personas ligadas a algún grupo específico de población…." (Valenzuela y Miranda, 2001:78), y como parte de la reconstrucción de los procesos de empoderamiento, esta técnica nos permite descubrir las motivaciones, creencias, actividades y sentimientos ocultos de las mujeres con respecto a las relaciones de poder.

Entrevistas a profundidad

Las entrevistas tienen un papel preponderante en las investigaciones interpretativas. Tradicionalmente el escuchar la palabra entrevista nos remontamos a un instrumento estructurado que se aplica a un gran número de personas como son las encuestas de opinión y los cuestionarios, o aquéllas en las que se les pide a los entrevistados que ubiquen sus sentimientos en una escala o que respondan a preguntas abiertas (Taylor y Bogdan, 1996). Nosotros creemos que a pesar de que estos instrumentos de investigación difieran en muchos aspectos, todos tienen una forma estandarizada: La entrevista es un proceso dinámico en el que participan la investigadora –quién tiene las preguntas– y la informante qué tiene las respuestas.

Sin embargo, no todas las entrevistas son resultado de un cuestionario estructurado, las entrevistas a profundidad exploran datos cualitativos, que nos permiten adentrarnos en la vida individual y colectiva de las sujetas entrevistadas. Este tipo de entrevistas, a diferencia de los cuestionarios, son una herramienta para recuperar datos que con un documento estructurado y previamente diseñado no se podría excavar, es decir, las

entrevistas cualitativas tienen la ventaja de ser descriptivas y flexibles, de manera que permiten al narrador expresar en sus propias palabras experiencias o situaciones que ha enfrentado a lo largo de su vida, a la vez que permiten que el entrevistador interactúe en una conversación entre iguales.

El dinamismo en este proceso, radica en la interacción entre investigadora e informantes a partir de la retroalimentación de la narrativa que se da entre los dos, y es en esta narrativa donde se brinda información sobre un tema que tiene un sentido y significado para ambos actores del proceso. Es decir, nuestras informantes nos proporcionaron - a través de la narrativa de sus relatos de vida - información que nos permitió reconstruir la realidad de las mujeres empresarias, la cual expresaron a través de sus prácticas y relaciones sociales y profesionales, así como de sus creencias, valores y significados simbólicos.

Así, a través de las entrevistas a profundidad planteamos preguntas generales sobre cuestiones: descriptivas, estructurales y de contraste (Spradley, 1979; Rodríguez, Gil & García, 1996:175), en donde las cuestiones descriptivas tienen como finalidad acercarse al contexto en el cual el informante desarrolla sus actividades rutinarias, por lo que a través de la grabación se recupera tanto el uso de su lenguaje particular como la narrativa de sus actividades cotidianas las cuales permiten identificar lugares, entornos y contextos en los que cohabitan las mujeres empresarias, incluso es posible identificar hechos atípicos o momentos críticos en la vida de las mujeres.

Con respecto a los cuestionamientos sobre las estructuras empresariales, familiares y sociales, estas se formulan para comprobar las explicaciones proporcionadas por las informantes a partir de la serie de entrevistas realizadas, al tiempo que permiten descubrir nuevos conceptos e ideas que las empresarias formularon durante las entrevistas previas y entonces la investigadora pueda confirmar los supuestos extraídos a partir de los conceptos y lenguaje utilizado por las entrevistadas. Finalmente, las cuestiones de contraste se plantean para identificar diferencias entre los términos utilizados por las informantes y que forman parte de las categorías de análisis del empoderamiento y los diferentes tipos de estrategias.

En este sentido, las entrevistas a profundidad nos permitieron centrar nuestra atención en dos aspectos de la trayectoria de vida de las empresarias entrevistadas:

1. Relatos de las prácticas, situaciones y acontecimientos personales,

familiares y profesionales relacionados con el conjunto de actividades que tienen o pueden tener como objetivo expreso o colateral la negociación, aceptación o compensación ante el ejercicio del poder.

2. Relatos de las concepciones, disposiciones, opiniones y construcciones en torno al poder de las mujeres que las empresarias han recibido de su entorno sociocultural, y que de alguna manera se han apropiado, resignificado o reproducido en algún sentido, ya sea que tengan o no alguna forma de expresión en sus prácticas personales, familiares, sociales o profesionales.

Observables por eje temático

Es importante presentar tanto los ejes temáticos como los observables que direccionaron la investigación. Primero identificamos las categorías observables que nos permitieron reconstruir el proceso de empoderamiento de las mujeres empresarias en la dimensión individual, de relaciones cercanas y colectivas (Rowlands, 1997), así como las estrategias de compensación, negociación, subordinación y resistencia (Niño y Villareal, 2011) que emprenden tanto al interior de sus empresas como de sus hogares. La Tabla No. 1 agrupa por cada eje temático los observables que se derivan del mismo, así como el qué queríamos investigar, cómo lo obtuvimos, en dónde lo recabamos, para qué queríamos la información y qué información obtuvimos.

Tabla 1. Ejes temáticos y observables

Eje Temático	Observable	¿Qué quiero investigar?	Fuente de información	¿Para qué?	¿Qué voy a obtener?
Proceso de empodera miento.	Situaciones de conflicto. Estrategias de compensación, negociación, subordinación o resistencia.	Cómo se configuran las relaciones de poder de las mujeres empresarias en las distintas etapas de su vida. La práctica y los mecanismos que inciden al interior del proceso de empoderamiento.	Mujeres empresarias.	Comprender los avances y retrocesos de las relaciones de poder en la vida cotidiana de las mujeres y poder reconstruir el proceso de empoderamiento de estas mujeres. Identificar los obstáculos, discriminaciones y restricciones laborales, económicas, familiares,	La interpretación de las trayectorias, los momentos y las situaciones que son o han sido determinantes en la vida de estas mujeres. Los obstáculos, discriminaciones y restricciones económicas, sociales y culturales del proceso de empoderamiento de las mujeres empresarias.

Eje Temático	Observable	¿Qué quiero investigar?	Fuente de información	¿Para qué?	¿Qué voy a obtener?
		Las situaciones conflictivas que las mujeres enfrentan en sus relaciones de poder y qué tipo de estrategias desarrollan para compensar o sobrellevar los conflictos.		sociales, religiosas, políticas, educativas y de género que enfrentan las mujeres empresarias. Identificar los códigos socioculturales de los hechos e interpretarlos en relación con la teoría.	La manifestación de situaciones conflictivas con la pareja, los hijos, los padres, familia y homólogos empresarios y empresarias y las estrategiasde compensación, negociación, subordinación o resistencia que desarrollan para manejar los conflictos.
Empodera miento individual.	Auto confianza. Capacidad individual.	Cuáles son las estrategiasque emprenden las mujeres para deshacer los efectos del poder opresivo interiorizado. Los factores que inhiben e impulsan este nivel de empoderamiento.	Mujeres empresarias.	Identificar las decisiones que toman y las actividades que realizan las mujeres empresarias para alcanzar objetivos personales, ya sea en la vida familiar o en la vida empresarial, así como cuáles son los factores que impulsan o limitan el empoderamiento en este nivel. Comprender los significados que las propias mujeres otorgan a sus prácticas de vida común, a sus experiencias y a sus valores.	La narrativa de las decisiones y acciones que las mujeres empresarias han tomado con respecto a la realización de tareas domésticas, sexualidad, planificación familiar, control del ingreso y del tiempo, desarrollo de conocimientos, violencia familiar y discriminación.
Empodera miento en las relaciones cercanas.	Habilidades de comunicación, de negociación, para obtener apoyo y defender sus derechos.	Las habilidades que desarrollan las mujeres empresarias para negociar, influencias y tomar decisiones en sus relaciones de pareja, hijos, trabajadores, proveedores y colegas. Las causas que facilitan o entorpecen el proceso de empoderamiento en.	Mujeres empresarias. Miembros de su familia. Empleados.	Identificar los momentos y las causas trascendentales al interior de las relaciones de las mujeres en que adquieren o pierden poder- tanto en sus negocios como en sus hogares - y cuáles son las consecuencias - inmediatas o acumulativas- de	El relato de las acciones que las mujeres emprenden para negociar, compensar, influenciar y tomar decisiones al interior de cada una de sus relaciones, así como las situaciones o causas que facilitan u obstaculizan el proceso de empoderamiento en este nivel. Información con

Eje Temático	Observable	¿Qué quiero investigar?	Fuente de información	¿Para qué?	¿Qué voy a obtener?
		las relaciones cercanas.		estos eventos.	respecto a las relaciones con los miembros de su familia, tales como: la asignación de tareas y funciones domésticas con los miembros de su familia, administración patrimonial, planificación familiar, el cuidado de los hijos, control del ingreso y del tiempo, desarrollo de conocimientos, violencia familiar y discriminación entre otros. Así como sus relaciones en la vida empresarial: estilo de liderazgo, toma de decisiones, estrategias empresariales, delegación de roles, dobles jornadas y discriminación.
Empodera miento colectivo.	Participación en organismos públicos, privados y/o políticos. Trabajo comunitario.	Las repercusiones positivas y negativas de la participación de las mujeres en estos grupos. La influencia que ejercen las mujeres entre las mismas mujeres como parte del proceso de empoderamiento colectivo.	Mujeres empresarias.	Comprender el significado que las propias mujeres tienen de su integración social como grupo.	La narrativa de la participación de las mujeres empresarias en organismos públicos, políticos y privados e incluso en redes de apoyo.

Eje Temático	Observable	¿Qué quiero investigar?	Fuente de información	¿Para qué?	¿Qué voy a obtener?
		La discriminación de género que se presenta en estos organismos Los beneficios que obtienen las empresarias de su empoderamiento colectivo, tanto personalmente como para sus empresas.			

Fuente: Elaboración Propia.

7. El instrumento

Como resultado de las entrevistas piloto que realizamos, identificamos los ejes temáticos y los observables, por lo que elaboramos el guión temático para las entrevistas a profundidad que se realizaron como parte del trabajo de campo. Es importante mencionar que si bien es cierto en una entrevista a profundidad se establecen sólo preguntas detonadoras, en los temas correspondientes a los datos generales tanto de la empresa como de la empresaria decidimos formular preguntas específicas que nos sirvieron tanto para contextualizar a las empresarias, como para obtener insumos para el análisis de las historias de vida de nuestras sujetas de estudio.

Este guión por eje temático se elaboró como apoyo para la realización de las entrevistas, no obstante, sólo fue de carácter indicativo, de tal manera que no constituyó un cuestionario a contestar por las entrevistadas. Por el contrario, la idea fue plantear los temas y buscar la forma de iniciar el relato desde el punto de vista que decidían las entrevistadas, buscando una expresión libre y espontánea aun cuando las temáticas estaban establecidas de antemano.

Durante las entrevistas tomamos anotaciones con respecto a la forma en que se desarrolló, es decir, sobre aspectos significativos como los gestos, el énfasis en palabras o frases, las divagaciones, los silencios y las pausas, intuiciones y conjeturas emergentes, así como las expresiones no verbales esenciales para comprender el significado de lo que nuestras informantes decían. Nuestras entrevistadas nos autorizaron a grabar sus narraciones, por lo que existe un respaldo de audio de cada una de las entrevistas que sostuvimos con nuestras sujetas de estudio.

8. Análisis de la información

El interés de la investigación cualitativa por la vida de las personas, por sus historias, por sus comportamientos, por sus acciones, por sus interacciones la coloca siempre en un contexto particular para tratar de comprender los procesos que atraviesan las sujetas de estudio. El proceso de análisis de los datos, no puede considerarse neutral, por lo que debe ser expuesto en cada uno de sus pasos con el fin de que otros investigadores puedan llegar a los mismos resultados reiterando el mismo proceso analítico (Vasilachis, 2006). En este sentido, una vez que realizamos las entrevistas iniciamos con la reconstrucción analítica de los relatos de vida a través de la transcripción de los materiales grabados.

Transcripción

Las entrevistas fueron grabadas y posteriormente transcritas. Reconocemos en la transcripción de las entrevistas, el primer paso del análisis e interpretación de los datos y que al transcribirlas se convertirán en texto y a partir de los elementos que introdujimos para hacer inteligible la escritura como son: signos de puntuación, eliminación de repeticiones innecesarias, expresiones corporales y faciales que modifican o enfatizan el sentido de las palabras, logramos traducirlos en datos cualitativos.

La información de las entrevistas fue clasificada en los ejes temáticos y los observables previamente descritos, sin embargo, identificamos nuevas categorías que se fueron perfilando a lo largo del análisis de dicha información. Al citar las palabras de las empresarias informantes en el análisis de resultados, se conservó el anonimato por medio del uso de nombres ficticios para identificarlas.

Codificación

Una vez que realizamos las transcripciones de las entrevistas y que éstas fueron convertidas en datos cualitativos, realizamos la codificación de nuestros datos para que nuestra investigación fuera accesible, por lo que optamos por "desarmar una observación, una frase o un párrafo y dar a cada incidente, idea o acontecimiento, por separado, un nombre o una etiqueta que representa un fenómeno" (Mertens, 1998:362), y así poder identificar los ejes temáticos y observables que nos permitieron crear unidades de análisis.

Para la codificación de nuestras entrevistas, utilizamos tanto códigos generales como específicos para cada una de las categorías de análisis definidas. Los códigos utilizados en nuestras entrevistas son los siguientes:

- Mayúsculas: intervención de la entrevistadora
- PI: palabra inteligible
- IF: interferencia sonora
- RA: ruido ambiental
- …: prolongación vocalizada
- /: pausa
- //: pausa larga
- RI: risa, elemento verbal
- I---I: corte abrupto comunicación
- R---R: reanudación de la comunicación
- AV: aumento de tono vocal

- DV: disminución tono vocal
- EI: Empoderamiento dimensión individual
- EC: Empoderamiento dimensión colectiva
- ER: Empoderamiento relaciones cercanas
- AC: Estrategia de compensación
- AN: Estrategia de negociación
- AS: Estrategia de subordinación
- AR: Estrategia de resistencia
- FI: Factor que inhibe
- FM: Factor que impulsa

Categorías de análisis

Identificamos tres categorías o unidades de análisis dentro del proceso de empoderamiento: 1) empoderamiento en la dimensión individual, (EI) 2) empoderamiento en la dimensión de relaciones cercanas (ER) y 3) empoderamiento en la dimensión colectiva (EC):

1. Empoderamiento en la dimensión individual (EI): En esta categoría agrupamos lo relacionado con la autoestima, es decir la imagen y la confianza que las mujeres tienen de sí mismas, sus expectativas como madres, empresarias, esposas; la percepción propia sobre la capacidad para realizar cambios tanto en su persona como en su entorno familiar, social y cultural; el autorrespeto y la autoafirmación. Incluimos tanto las vivencias como las ideas personales sobre discriminación de género, acciones de opresión por parte de sus parejas, familiares u homónimos empresarios así como la desvalorización de las actividades que realiza e incluso el ser objeto de violencia, además consideramos las situaciones de conflicto derivados de la situación económica, administración del tiempo y toma de decisiones familiares, en donde identificamos las estrategias de compensación, negociación, subordinación o resistencia que emprenden en esta dimensión de empoderamiento.
2. Empoderamiento en la dimensión de relaciones cercanas (ER): En esta dimensión incluimos el incremento del respeto personal y de otros a partir de su autonomía profesional; el incremento o la capacidad para controlar situaciones personales que hacen alusión a aspectos como el ingreso, la fecundidad, la sexualidad, la movilidad, el uso y el control de recursos; el aumento en la capacidad de tomar decisiones propias a partir de su ingreso en el mercado empresarial; compartir el trabajo doméstico con los miembros de la familia; el conocimiento

de sus derechos como mujeres. Exploramos las relaciones con su pareja y otros miembros de la familia para identificar la presencia de violencia, control de ingresos, la opresión interiorizada del deber ser con la pareja u otros miembros del hogar, incluso la dependencia de nuestras sujetas de estudio y la percepción que ellas mismas tienen de otras mujeres y de cómo son percibidas las mujeres empresarias por otras mujeres. Incluimos también las situaciones de conflicto que se desprenden de las diferentes expectativas de los roles masculinos y femeninos al interior del grupo doméstico y cuáles son las compensaciones o negociaciones a las que recurren las empresarias para salvaguardar la relación de pareja, de hermana, de hija o de madre.

3. Empoderamiento en la dimensión colectiva (EC): En la dimensión colectiva exploramos el incremento del acceso a recursos y a la toma de decisiones como resultado de pertenecer a asociaciones tanto públicas como privadas, así como si ellas mimas perciben un aumento en sus habilidades de negociación y comunicación en el mundo empresarial. Exploramos la generación de redes de apoyo entre mujeres, incluso aquellas redes virtuales, los reconocimientos a sus restaurantes o a ellas mismas, su participación en equipos de trabajo, incluso al interior de sus propios restaurantes, sus necesidades de capacitación o capacidades, así como los conflictos que se derivan de su participación activa en estos organismos políticos, sociales o empresariales y las estrategias de negociación que ellas emprenden con estos organismos para adquirir a puestos de poder dentro de los mismos.

Dentro de estas dimensiones identificamos también las situaciones de conflicto de las empresarias, así como las estrategias de compensación, negociación, subordinación y resistencia que se presentan como parte de las relaciones de poder en sus procesos de empoderamiento:

1. Estrategias de compensación (AC): En esta categoría identificamos todas aquéllas actitudes que las mujeres emprenden con el objetivo de compensar una ausencia, como el contratar una trabajadora doméstica para no realizar las funciones de ama de casa, el cubrir los costos de los gustos o lujos que estén fuera de los gastos programados, el comprar bienes a cambio de respuestas afirmativas para sus objetivos personales, otorgar prestaciones no consideradas originalmente en los contratos de trabajo a cambio de funciones laborales no acordadas previamente.
2. Estrategias de negociación (AN): Como parte de las estrategias de negociación clasificamos tanto las actitudes o las actividades de delega-

ción de tareas y funciones domésticas con los miembros de su familia, así como las decisiones con respecto a la administración patrimonial, planificación familiar, el cuidado de los hijos, control del ingreso y del tiempo, desarrollo de conocimientos, violencia familiar y discriminación entre otros. Con respecto a sus relaciones profesionales, identificamos acciones de negociación en su estilo de liderazgo, proceso de toma de decisiones, establecimiento de estrategias empresariales, delegación de roles, manejo de dobles jornadas e incluso para contrarrestar la discriminación.

3. Estrategias de subordinación (AS): a partir de la definición teórica, identificamos aquellas acciones en que las mujeres guardan silencio e incluso aceptan actuar en contra de sus necesidades para estar en la posibilidad de obtener un bien mayor, ya sea de forma individual o en grupo, por ejemplo ocultar nivel de ingresos o inversiones, mostrar desconocimiento en temas o situaciones en las que son expertas y dejarse enseñar por sus homónimos masculinos, no revelar los ingresos de sus restaurantes, ni sus reconocimientos o participaciones en foros expertos, pero esto no quiere decir que no exista la subordinación en sí misma y que sólo se presente como una estrategia.
4. Estrategias de resistencia (AR): Las estrategias de resistencia a las que nos referimos, son aquellas en que las mujeres empresarias subsisten a las críticas y cuestionamientos con respecto al inicio de sus negocios, a los obstáculos impuestos por organismos privados y públicos e incluso en la dimensión individual los cuestiones con respecto a su sexualidad, estado civil e ideología religiosa y moral.

Estas categorías de análisis se identificaron dentro de la transcripción de las entrevistas a profundidad y a partir de ellas se realizó el análisis de la narrativa.

Análisis de la narrativa

El análisis de las narrativas de los relatos de vida depende en gran medida de los fines que inspiran la búsqueda de información. La mayoría de la información que se obtiene acerca de la conducta y el pensamiento humano es texto (Ryan y Bernard, 2000). El análisis de la narrativa corresponde a una serie de técnicas de análisis textual que se relaciona con la metodología cualitativa. En este sentido "…para que la tarea de investigación constituya un aporte, es necesario agregar a las palabras de los actores algo adicional…" (Vasilachis, 2006: 26), es decir, cuando se opta

por una investigación cualitativa en la que se pretende desenmarañar todo aquello que es dado por las expresiones humanas, el investigador asume un papel interpretativo.

Así, llevamos a cabo la reconstrucción interpretativa de los relatos de vida de las mujeres empresarias a partir de una reflexión epistemológica del sujeto conocido (Vasilachis, 2006; 2003), en donde como parte de este proceso interpretativo conjugamos tres niveles:

1. Las interpretaciones que las mujeres empresarias expresaron sobre sus propias prácticas, así como de sus percepciones u opiniones sobre las dimensiones abordadas en las entrevistas.
2. Las perspectivas teóricas construidas alrededor del proceso de empoderamiento.
3. Las interpretaciones propias, que recogen las dos anteriores, pero las coloca en otra perspectiva que permite superar aquellos elementos que las protagonistas de los relatos de vida no pueden explicar por estar inmersos en ellos; así como los contextos desde un panorama más amplio de los escenarios y las dimensiones del proceso de empoderamiento.

9. Datos estadísticos

Somos conscientes de que en la actualidad son más frecuentes los trabajos empíricos que han tratado de compatibilizar y/o complementar tanto la perspectiva cuantitativa como la cualitativa (Borrás, López y Lozares, 1999). Podemos encontrar trabajos cualitativos que cubren los primeros pasos de la investigación social, como fases exploratorias de la misma para después extenderla a partir de una metodología más extensiva como lo es la cuantitativa. Incluso, encontramos trabajos cuantitativos que pretenden estructurar la realidad del objeto de estudio para posteriormente aplicar técnicas cualitativas que permitan explorar a mayor profundidad los hallazgos encontrados[15].

[15] Para una mayor información al respecto de la complementariedad de los estudios cuantitativos y cualitativos en sociología véase los trabajos de Borrás, López y Lozares (1999); Schmelkes (2001); y Rodríguez, Pozo y Gutierrez (2006), en los cuales se discute la alternativa de la triangulación de los métodos cualitativos y cuantitativos como un enfoque metodológico y teórico para la explicación de la realidad social.

Para algunos investigadores el articular estrategias tanto cuantitativas como cualitativas en la recolección y análisis de datos puede resultar un enfoque poco ortodoxo y hasta ecléctico, sin embargo, puede "conducir a hallazgos que no [es] posible alcanzar con el uso de ninguna de las dos estrategias por separado" (Schmelkes 2001: 84), incluso para Oppermann (2000), disminuye la posibilidad de dar lugar a sesgos metodológicos, en los datos o en los investigadores.

En este sentido, como ya se dijo, nuestra investigación no propone una triangulación de enfoques metodológicos, debido a que los objetivos están orientados a la reconstrucción de los procesos de empoderamiento de las mujeres a través de los relatos de vida de las propias entrevistadas, sin embargo, en el capítulo IV se presentan una serie de datos cuantitativos con el objetivo de contextualizar la participación de las empresarias en la ZMG y sus características sociodemográficas. Es una referencia estadística de los mercados económicos en los cuales participan más activamente las mujeres empresarias, describe tanto el perfil sociodemográfico como las características económicas de las empresas que son de su propiedad y el análisis se realiza a partir de aspectos estadísticos nacionales y estatales para ubicar la posición económica y representatividad de las mujeres empresarias en la participación económica del país.

El análisis de la información estadística se realizó a partir de los microdatos de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) realizada por el Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI) en el tercer trimestre de 2010 y de algunos indicadores económicos del Sistema Estatal de Información Jalisco (SEIJAL) presentados en el año de 2010. La descripción de los datos y el análisis de los mismos se describen en el desarrollo del capítulo IV.

CAPÍTULO III

Conceptualizando a las empresarias

Las siguientes páginas son un acercamiento al concepto de empresaria el cual enmarca teóricamente nuestra investigación. Partimos de que el concepto de empresario es polisémico y como se demostrará en las siguientes páginas no existe un acuerdo de lo que se debe entender por empresariado, no obstante, decidimos realizar un análisis diacrónico del concepto propuesto por diferentes corrientes de pensamiento, para en un segundo momento complejizar los elementos que conforman la definición de empresaria a partir de las investigaciones que tienen como sujetas de estudio a mujeres que ejercen esta actividad económica.

Los estudios sobre los empresarios tradicionalmente muestran a una parte de la población masculina como hombres en el ejercicio del poder y la toma de decisiones, dedicados a las industrias de la transformación y la construcción, que además llevan implícita la adscripción de clase social, por lo tanto, el hablar de empresarios es hablar de hombres blancos con riqueza, es decir, hombres de la clase alta (Basave y Hernández, 2007). Sin embargo, cuando se trata de hablar de empresarias, los estudios identifican sus empresas como pequeñas o micro, cuyas actividades siguen estrechamente vinculadas con los papeles tradicionales de las mujeres como son: la alimentación, el cuidado y la salud, la educación y el comercio (Zabludovsky, 1995; Barrera, 2001 y Serna, 2003), no se les reconoce por tener una actitud emprendedora, sino más bien se visualiza a las mujeres empresarias como un actor social emergente, en otras palabras, las empresarias mexicanas son identificadas en los sectores sociales medios, porque si bien es cierto, no aparecen en los sectores económicos más bajos tampoco en los ámbitos de mayor riqueza.

Algunos trabajos académicos señalan que a diferencia de los hombres empresarios, las mujeres se enfrentan a procesos de discriminación por

parte de las instituciones bancarias y en ocasiones de sus pares, los cuales son resultado de la reciente creación y del tamaño micro de sus empresas (Lieve, 2000; INMUJERES, 2003; Martínez, 2004; Cerda, 2008; Guzmán y Rodríguez, 2008; Antón y Peña, 2010), e incluso trabajos como el de Capt (1999) atribuyen la discriminación de las empresarias por su conducta o por su nivel educativo.

Así pues, concebimos diferencias tanto entre las funciones como en el concepto -en el sentido estricto de una definición- de un empresario y una empresaria, por lo que antes de adentrarnos con la especificidad del concepto de empresaria – sujetas de estudio de nuestra investigación –, consideramos importante hacer un breve análisis diacrónico del concepto empresario.

1. Análisis diacrónico del concepto de empresario

El concepto de empresario por sí sólo nos hace pensar, por un lado, en una pócima universal de prosperidad, mientras que, por el otro, representa un arquetipo de la división de las clases sociales (Gaviria, 2006). Históricamente no ha existido una coincidencia entre los diversos autores al momento de concebir dicho sujeto, a razón de que cada momento histórico lleva implícitos circunstancias y contextos particulares que condicionan las diferencias entre las características y el concepto de un empresario. Somos conscientes de que el análisis histórico no se ha centrado específicamente en la figura del empresario, sino más bien en temas relacionados con el funcionamiento de la economía donde el término de empresario surge como un concepto de apoyo para explicar el funcionamiento de las empresas como parte de las economías.

Si bien es cierto, algunos autores asocian su definición con elementos estructurales, como lo es la propiedad del capital, otros la relacionan con patrones de comportamiento: la capacidad para la toma de decisiones, la innovación y las motivaciones (Berger, 1992). Nuestro análisis incluye tanto las posiciones que han desarrollado algunos economistas que identifican lo empresarial a partir de un efecto que es resultado de un "conjunto de condiciones económicas, más que como una causa de su desarrollo" (Hernández, 2006: 251), como con la postura de algunos sociólogos como Weber (1905), para quien lo empresarial se asocia con factores culturales: las perspectivas, creencias y valores que influyen en el contexto económico

En este sentido y debido a la diversidad en las apreciaciones teóricas acerca del concepto de empresario, nuestra revisión histórica se concentra en analizar la evolución del término *entrepreneur*[16] – que da origen al concepto de empresario– y las funciones que le han sido atribuidas. Para el presente análisis se dio continuidad a la cronología de la historia del pensamiento económico y sólo se hace referencia a los economistas que nos permiten encuadrar y acercarnos al concepto teórico de empresaria que desarrollamos como referente para la presente investigación. Consideramos que el análisis exhaustivo de todas las aportaciones relacionadas a este concepto supone un tema por demás interesante, pero va más allá de nuestro objeto de estudio.

Iniciamos en el siglo XVIII cuando el término *entrepeneur* fue utilizado como parte de las actividades económicas para referirse a los contratistas de bienes y servicios para el gobierno (González, 1995). No obstante, es el irlandés Richard Cantillon (1680-1734) quién introduce el término empresario por primera vez con un sentido económico moderno, para Cantillon (1755), un empresario es tanto aquél que produce como aquéllos intermediarios que manejan los productos antes de llegar al usuario final, incluye el comercio al mayoreo y menudeo y el transporte de los mismos, en donde la esencia de los empresarios era la aceptación de la incertidumbre y el riesgo.

Del análisis realizado por Cantillon podemos retomar algunos aspectos claves para entender el papel del empresario actual, el cual posee una naturaleza arriesgada y le hace frente a la incertidumbre a través de la toma de decisiones. El papel del empresario y el capitalista son diferentes, el empresario tiene una función previsora, es decir, tiene conocimiento de una demanda y espera satisfacerla, sin embargo, Cantillon no visualiza al empresario con una visión innovadora como lo haría Schumpeter años más adelante, ya que no considera al empresario capaz de generar una demanda.

Un siglo más tarde, los economistas pertenecientes a la Escuela Clásica de Economía Política identificaron la figura del empresario con la del capitalista (Weber, 1905; Schumpeter, 1954). La visión clásica de la

---

16 Reconocemos que el término *entrepreneur* da origen al concepto de empresario, sin embargo, en el español los términos empresario y emprendedor son utilizados como sinónimos, en nuestro trabajo de investigación una de las diferencias para la distinción del término, es que el empresario es propietario de una empresa, mientras que el emprendedor puede ser una persona con actitud emprendedora sin ser propietario. En este sentido, se utilizan los términos en el idioma original por la complejidad que representan al momento de ser traducidos al español.

actividad económica de Smith (1723-1790) y Ricardo (1772-1823), se basó en la conciliación del capital, la tierra y el trabajo al que se asociaban los agentes participantes del proceso: capitalistas, terratenientes y trabajadores, entre los que se distribuía la producción obtenida a través de la renta de la tierra y los salarios. Smith (1776) establece que el empresario se mueve en razón de su propio interés y esta es su única motivación, que su función es la de proveer capital y nada más. En opinión de Ricardo (1817), el manufacturero es un capitalista que sólo invierte en su propio negocio y su producción la realizará de acuerdo con la demanda del producto. La escuela clásica no reconoció la importancia del papel del empresario, por lo que fue separado de cualquier rol, quedando como único objetivo la producción y los niveles de remuneración.

Simultáneamente, en el tránsito de los siglos XVIII y XIX el economista francés Jean Baptiste Say (1767-1832) popularizó las teorías de Cantillon, además de difundir el pensamiento de Smith en el continente europeo (Quintana, 1999). En su Tratado de economía Política Say define al empresario como un "agente que unifica todos los medios de producción y logra con el valor de los productos, el restablecimiento de todo el capital empleado más el valor de los salarios, intereses y rentas que paga, además de todos los beneficios…" (Say, 2000:42-43). Say (1804) distingue al empresario del capitalista, señala que el capitalista es quien aporta el capital o bienes materiales y el empresario le asegura un pago de "interés" por el servicio que su capital presta a la producción, señala que un empresario puede ser de diversas clases: un empresario de industria agrícola es cultivador cuando la tierra es suya, arrendador cuando la alquila, un empresario de industria fabril es un fabricante, un empresario de industria comercial es un negociante y un empresario de industria es aquél que concurre a la producción y se caracteriza porque emprende la formación y reproducción de un producto, tienen los conocimientos esenciales, reúne los medios de ejecución y dirige su ejecución.

Para este autor, los empresarios no son capitalistas, solamente cuando el capital es de su propiedad, pero entonces juegan un doble papel, al mismo tiempo son empresarios y capitalistas. Incluso, Schumpeter (1954) sugiere que Say fue el primero en atribuir al empresario una posición específica en el esquema del proceso económico, sin embargo, considera que el problema en la formulación de Say es que no realza el rol clave de fuerza de cambio del empresario en la economía.

Otro representante de la escuela económica clásica, John Stuart Mill (1848) en su obra Principios de Economía Política, considera a los empresarios como clase capitalista, señala que los tres requisitos de la pro-

ducción son el trabajo, el capital y la tierra, por lo que establece que la producción se distribuye en clases "la comunidad industrial puede considerarse dividida en terratenientes, capitalistas y trabajadores productivos" (Mill, 1848:223) y que estas clases tienen su origen en los burgueses ricos que habían adquirido su fortuna en el trabajo manufacturero o el comercio de los mismos durante la última parte de la edad media. Mill (1848), afirma que un empresario debe tener una remuneración por su tiempo y trabajo, que es en la figura del empresario que recae la dirección de las operaciones comerciales e industriales ya que generalmente es la parte más interesada. Cuando habla de las ganancias señala que se deben remunerar tres cosas con la ganancia bruta: la abstinencia, el riesgo y el esfuerzo. Incluso, Mill incluye una nueva figura en el escenario empresarial, quien realiza las funciones gerenciales de la empresa y asume el riesgo de la actividad económica, pero siempre "bajo la mirada vigilante…de la persona que tiene un interés principal en el negocio" (Mill, 1848: 361). Este actor pudo ser llamado *manager,* como lo hace Marshall años más adelante, para describir una clase de trabajo que recibe un pago por su habilidad para los negocios.

En este sentido, podemos observar que los economistas clásicos hicieron caso omiso de la distinción entre los empresarios –que asumen riesgos, combinan factores productivos y exploran la capacidad de innovación– y los capitalistas – que proveen los medios para invertir en los procesos productivos–. Las propuestas de los fisiócratas y los argumentos de Say fueron ignorados durante el período clásico en Inglaterra y no fue hasta Stuart Mill que se introdujo el término empresario al uso general entre los economistas ingleses (Pérez Sánchez, 2011), Mill señaló que "… Los economistas franceses gozan de una gran ventaja ya que pueden hablar corrientemente de los beneficios del *entrepreneur*" (Mill, 1948: 361), es por esto que hasta el período clásico de la economía aparece el concepto de empresario que lo distingue del concepto francés *entrepreneur*.

Si bien es cierto, Karl Marx (1818-1883) no puntualiza sobre los empresarios, si teoriza sobre los capitalistas. Para Marx la realidad económica se dividía en los capitalistas y los trabajadores. La creación de la plusvalía es el motivo fundamental por el cual los capitalistas contrataban a los obreros, pues desde el punto de vista del patrón, la facultad de la mano de obra para crear más valor del que se le devolvía al trabajador en forma de salario, era una precondición para obtener el empleo. Marx señala dos tipos de capitalistas: el arrendatario y el industrial. Explica que la génesis del capitalista arrendatario, fue un proceso lento que se gestó a lo largo de muchos siglos donde: "Los propios siervos y (…) pequeños

propietarios libres, se encontraban sometidos a relaciones de propiedad muy diferentes, y de ahí que su emancipación se efectuará también bajo condiciones económicas diferentes" (Marx, 1885:928), por lo que Marx visualiza a los capitalistas arrendatarios no como poseedores de empresa, sino como oportunistas económicos que más adelante se convertirían en poseedores de capital.

> Mientras que la génesis del capitalista industrial la explica a partir de dos procesos, el primero de ellos es debido a los que maestros gremiales, pequeños artesanos e incluso trabajadores asalariados "se transformaron primero en pequeños capitalistas y luego, mediante una explotación paulatinamente creciente de trabajo asalariado y la acumulación consiguiente, en capitalistas que no agregan plusvalor" (Marx, 1885:929).

El segundo proceso lo expone a partir de los cambios comerciales que se presentaron en el mercado mundial a finales de siglo XV, mientras que en la era del modo de producción capitalista se consideraba "como capital en general" (Ibíd, 1885: 938), con las transformaciones económicas se dio lugar al capital usurario y el capital comercial como fuente de capital industrial que durante "El régimen feudal en el campo y la constitución corporativa en la ciudad, le impedían al capital dinerario formado por medio de la usura y el comercio transformarse en capital industrial" (Ibíd, 1885: 939).

Marx trata la función empresarial al referirse al "pequeño patrón" y a la función directiva, según él, el mismo capitalista, al igual que el obrero pueden participar en el proceso productivo y entonces se presentaría un híbrido entre capitalista y obrero. No obstante, para Marx el empresario era principalmente el propietario del capital y el proceso de producción se daba como consecuencia de la inversión del mismo. Subrayó que la fortuna del empresario era el resultado del valor añadido que agregaban los trabajadores que no se remuneraba en el salario, es decir, incrementaba su capital resultado de la extracción de la plusvalía de los trabajadores.

No obstante, fue Marshall (1842-1924) quién tras Cantillon y Say da un paso importante en la distinción entre capitalista y empresario, dándole a este último un papel característico como un cuarto factor de la producción. Marshall (1890) identificó dos tipos de propietarios de negocio: 1) aquéllos que sacarían al mercado nuevos métodos de negocios que tenían el riesgo implícito y 2) aquéllos que se retiran, pero siguen recibiendo pago por superintendencia. El empresario es el hombre de negocios que aporta el conocimiento a la organización y su función es la de dirigir los negocios, en opinión de Marshall, el desarrollo de un negocio

requiere que el empresario sea poseedor de una serie de conocimientos y habilidades: debe poder pronosticar, juzgar cuidadosamente los riesgos y ser un líder natural (Marshall, 1890). El empresario que describe Marshall está alerta y vigila continuamente el contexto para hacer las modificaciones necesarias y mejorar los resultados, pero estas habilidades no son de carácter técnico o especializado, para el autor es poco probable que las habilidades empresariales se puedan aprender y son más capacidades naturales como el juicio, la rapidez, la inteligencia, la perseverancia y la previsión.

Como parte de la Escuela Histórica Alemana, se empezó a formar la llamada psicología social, la cual se utilizó para explicar las motivaciones del empresario, las cuales partían de la idea de que la capacidad empresarial no se distribuye en toda la población, sino que algunos grupos sociales están más dotados para el ejercicio empresarial (Quintana, 1999). Así, que Max Weber (1864-1920) en su obra La ética protestante y el espíritu del capitalismo asigna un rol clave a la ética protestante en el desarrollo económico. Para el autor el capitalismo no tiene como único afán el lucro y la tendencia a enriquecerse, por lo que rechaza la visión histórica que considera la búsqueda de retribuciones económicas como único objetivo del empresario:

> …no hemos de conceptuar a estos nuevos empresarios como atrevidos especuladores, carentes de escrúpulos, fácilmente dispuestos a la aventura económica, semejantes a los que han existido en todas las etapas de la historia…Por el contrario, eran hombres forjados en la ruda escuela de la vida, precavidos y audaces a un mismo tiempo, mesurados y constantes, con plena y devota entrega a lo propio, con ideas y "principios" estrictamente burgueses (Weber, 1991: 33).

Por lo tanto, para Weber (1991) la motivación del empresario no se reduce al supuesto económico, sino que se explica a partir de la capacidad y aptitud de los hombres para determinado tipo de comportamiento racional, enraizado en la ética protestante, y por primera vez agregando una dimensión cualitativa al concepto de empresario[17] .

Sin embargo, algunos autores señalan que quien da un impulso definitivo al papel del empresario es Schumpeter (Romero, 2003; González,

[17] Weber, en su obra *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*, toma como eje de análisis la religión, no obstante en obras como Historia Económica General hace referencia al origen del mercantilismo, el desarrollo del capitalismo y la era del empresario. Incluso hace una diferencia entre el capitalismo moderno y el capitalismo aventurero, el cual es producto de la especulación y de la adquisición irracional de bienes.

2004; Gaviria, 2006). El austriaco Joseph Schumpeter (1883-1950), centra el concepto de empresario en la innovación, es decir, se es empresario si se tiene la capacidad de introducir diferencias esenciales tales como: nuevos productos, nuevos métodos de producción, nuevos mercados, nuevas materias primas e incluso nuevas formas de organización. Señala que cualquier persona puede ser empresario: un profesional, un propietario, un capitalista o un asalariado, debido a que la función de la empresa es la de innovar y los empresarios son los encargados de llevar a cabo esta función (Schumpeter, 1952). El autor distingue una tipología de los empresarios: 1) El fabricante-comerciante, quien es al mismo tiempo propietario y director de la empresa; 2) El capitán de la industria, quien dirige todo lo referente a la empresa y toma las decisiones, pero casi nunca es el propietario de la empresa; 3) El director de la empresa, que es un asalariado pero tiene suficiente poder para dirigir y llevar a cabo innovaciones; y finalmente 4) El fundador, que es el personaje que Schumpeter equiparará al concepto de capitalista de Marx, pero a diferencia del capitalista, una vez que se termina su trabajo creativo y su interés por el negocio se retira y vende su parte a otros interesados.

Cantillon incluye elementos que Schumpeter omite en su análisis. Schumpeter se concentra en la innovación como la única característica imprescindible en el rol de un empresario, dejando de lado el asumir riesgos, los factores productivos e incluso el papel que juega el capital dentro del rol del empresario (González, 2004). Pero a partir de la valoración del empresario como innovador y motor de cambio económico, se fueron añadiendo otras funciones y papeles como resultado de la evolución histórica de la economía y del pensamiento ideológico.

Dentro de la escuela americana, Arthur H. Cole (1949), merece una especial mención ya que es considerado el creador del enfoque empresarial de la historia de la economía. Si bien es cierto Say y Schumpeter, ya habían utilizado el concepto de empresario en sus teorías, Cole fue el primero en concebir la historia del empresario como un sector especial de estudio (Hernández, 1988). La concepción de empresario de Cole podría interpretarse como una síntesis entre las conceptualizaciones de Say y Schumpeter, pero Cole desde el principio insistió en considerar al empresario como un proceso social, para él, el espíritu emprendedor:

> … puede ser definida como la deliberada actividad (que incluye una integrada secuencia de decisiones) de un individuo o de un grupo de individuos asociados, emprendida para iniciar, mantener o ampliar una unidad de negocio orientada al beneficio para la producción de bienes

económicos y de servicios, y cuyas ventajas, pecuniarias o de otra naturaleza, representan el objetivo y la medida del éxito, en correlación con la situación interna de la propia unidad, o con las circunstancias económicas, políticas y sociales...(Cole, 1949:88).

De esta definición se desprende como Cole pone énfasis en el comportamiento en grupo, es decir, las empresas son parte de la sociedad y no se les puede estudiar sin tomar en cuenta las relaciones recíprocas entre los valores sociales y prácticas empresariales, como lo es la dimensión de género.

Siguiendo con la escuela americana, Schultz (1980) ha intentado divulgar el concepto de "espíritu emprendedor", señalando que, en una economía dinámica, el comportamiento emprendedor se puede manifestar en personas distintas a aquellas que llevan un negocio, es decir, en algún momento del ciclo de vida, una persona puede realizar cambios en sus circunstancias económicas, y, por tanto, convertirse en emprendedor. Para Schultz la toma de riesgo no es el único atributo del empresario, sino la habilidad emprendedora que consiste en localizar recursos para obtener recompensas y no son consecuencia de la toma de riesgos.

A manera de síntesis, la tabla 2 es un sumario de nuestro recorrido diacrónico en el que tratamos de dilucidar el complejo concepto de empresario que se ha discutido en las diferentes escuelas del pensamiento económico. Los distintos autores analizados se han ordenado de forma cronológica y hemos señalado la escuela de pensamiento a la que pertenecen, así como la definición y funciones principales que se identifican como parte del concepto de empresario.

Tabla 2.
Síntesis diacrónica del concepto *empresaria* por autor y escuela de pensamiento

Autor	Fecha	Escuela de Pensamiento	Concepto de Empresario	Funciones
R. Cantillon	1680-1734	Francesa	*Entrepreneur* como un **especulador** que compra y vende a precios inciertos	Asume riesgos
A. Smith	1723-1790	Clásica	Empresario como **capitalista**	Proveer capital

J.B. Say	1767-1832	Francesa	*Entrepreneur* como **coordinador**, hombre de negocios diferente al capitalista	Modifica el uso de los recurso hacia zonas de mayor productividad
D. Ricardo	1772-1823	Clásica	Manufacturero **capitalista** que invierte en función de la demanda.	Inversionista
J.S. Mill	1806-1873	Clásica	**Capitalista** pasivo que organiza el sistema económico bajo la mirada del inversionista	Organiza la actividad productiva, asume riesgos y predice el futuro económico
K. Marx	1818-1883	Marxismo	Es un **pequeño patrón** (hibrido entre capitalista y asalariado)	Vigilancia cuya remuneración es un salario mayor que el del obrero
A. Marshall	1842-1924	Marginalista	El empresario es el cuarto factor de la producción: **organizador**	Dirección y supervisión de los negocios
M. Weber	1864-1920	Alemana (psicología social)	El empresario **actúa por la moral del éxito y del trabajo** más que por el beneficio económico	Motor del desarrollo económico
J. Schumpeter	1883-1950	Austríaca	El empresario **innovador** motor del desarrollo económico del capitalismo	Innovar
A.H. Cole	1889-1974	Americana	Individuo que **desarrolla una actividad deliberada cuyo éxito depende del orden interno** del negocio y del contexto económico, social y político	Iniciar, mantener y ampliar un negocio
T. Schultz	1902-1998	Americana (Chicago)	Individuo que **realiza cambios** en las condiciones económicas	Asumir riesgos y buscar recursos alternativos.

Fuente: Elaboración propia a partir de las fuentes consultadas para cada uno de los autores analizados que se describen en la bibliografía.

En este sentido y como resultado de la revisión de la historia del pensamiento económico podemos concluir que no existe consenso al momento de describir la figura del empresario, sin embargo, el concepto de empre-

sario se ha observado desde diversas perspectivas y no se ha mantenido estático a lo largo del tiempo, sino por el contrario, ha experimentado una evolución permanente y continua. Somos conscientes que lo aquí expuesto no es la única literatura sobre el concepto de empresario, existe mucha bibliografía de fechas recientes pero debido a su volumen y al interés de la presente investigación no se incluyen como parte del análisis que desarrollamos.

No obstante, consideramos importante hacer notar la síntesis diacrónica del concepto de empresario que se resume en la Tabla 2, en la cual se observa que durante un largo período, el empresario fue objeto de una escasa atención por los supuestos de la escuela clásica que aceptaba la existencia de una mano invisible que dirigía el orden económico, por lo que economistas clásicos como Smith o Ricardo no distinguían entre la figura de empresario y la de capitalista, es decir el concepto de empresario giraba en torno a elementos estructuralistas. No fue hasta Say que apoyado en las propuestas de Cantillon, ayudó a distinguir las funciones entre un empresario y un capitalista, dándole al empresario un papel de dirección que posteriormente seria retomado por Marshall, quién además lo incluye como el cuarto factor de la producción.

Pero quien realmente realzó la figura del empresario a partir de las actitudes fue Schumpeter con la teoría de la "destrucción creadora" que le confirió un carácter proactivo y lleno de dinamismo que le permite innovar y obtener beneficios extraordinarios de esta innovación. Por otro lado, Weber trata de explicar la función del empresario a partir de variables no económicas como las culturales o las raciales, mientras que las aportaciones de la escuela americana al concepto de empresario, son reconocidas a partir de las propuestas de Cole, al concebir al empresario como una dimensión de estudio específica y finalmente Schultz señala que las recompensas del empresario son atribuidas a su habilidad para localizar y tomar decisiones de cómo usar los recursos.

La construcción del concepto empresario es complicada, para Zabludovsky (1995) esto se puede explicar debido a que diversos autores inician sus trabajos con un marco teórico que se sustenta en una definición que comprende la acción y el actor social, sin embargo al avanzar en los análisis de la realidad, terminan apoyándose en conceptualizaciones basadas en criterios operativos e instrumentales, que dibujan una realidad heterogénea de la conformación del actor empresarial, además de que por la gran diversificación de las actividades económicas que desarrollan, cada día es más difícil poder clasificar a los empresarios como financieros, comerciantes o industriales, dado que muchos de ellos participan en los dis-

tintos sectores o han pasado de una actividad a otra (Hernández, 2006). En este sentido, formular un concepto de empresario en abstracto no abona con los objetivos de la presente investigación y sobre todo si tomamos en cuenta que históricamente las construcciones teóricas sobre el concepto de empresario nunca fueron vista desde el género, por lo que nuestro reto es construir un concepto desde esta perspectiva y poder delimitar teóricamente a nuestras sujetas de estudio, las mujeres empresarias.

Por tal motivo, es necesario conceptualizar a las mujeres que se desempeñan como empresarias, por lo que en las siguientes líneas realizamos un ejercicio para identificar los elementos que complejizan el término de mujer empresaria, a partir de los cuales establecimos una pauta para la elaboración de la definición de empresaria, concepto que delimita teóricamente a nuestras sujetas de estudio.

2. Complejización del concepto de empresaria

El apartado anterior da cuenta de que el empresario ha sido objeto de investigaciones desde el siglo XVIII y no existe una definición única para su concepto, mientras que en el caso de las investigaciones sobre las mujeres empresarias, éstas son relativamente recientes. Los estudios sobre empresarias dieron inicio en el último cuarto del siglo XX y al igual que con el concepto de empresario no existe una definición única - ni en el lenguaje común, ni en el medio académico- para conceptualizar a una empresaria o para definir sus características. Zabludovsky (2013) señala en su obra Empresarias y Ejecutivas en México, Diagnósticos y desafíos, que como parte del estado de la cuestión no se identificó la existencia de un término unívoco para la categoría de empresaria

En este sentido, decidimos iniciar con una revisión de las investigaciones que tienen como sujetas de estudio a las mujeres empresarias para identificar las aportaciones que tienen los mismos a su conceptualización y conjuntamente con las referencias teóricas realizadas durante el análisis diacrónico del concepto de empresario, se esté en posibilidad de definir el marco teórico de la definición conceptual del término empresaria de nuestra investigación.

El delimitar teóricamente a las empresarias, nos ha llevado a la revisión de una serie de trabajos que definen empíricamente a las mujeres inmersas en el mundo empresarial. Como es de suponer nos hemos encontrado con considerables diferencias entre el extenso conjunto de mu-

jeres que participan en la actividad empresarial: sean estas propietarias, directoras de empresas familiares o ejecutivas en grandes corporativos. Sin embargo, para nuestra investigación nos concentramos en analizar aquellos estudios que nos permiten elaborar un concepto de nuestras sujetas de estudio: las mujeres empresarias.

Dos de los pocos trabajos que definen a las empresarias conceptualmente son los elaborados por Gina Zabludovsky (2001) y Beatrice Avolio (2008), la primera define a las empresarias como "aquella mujer que es propietaria y dirigente de su empresa y que además contrata por lo menos un trabajador asalariado dentro de la misma" (2001:31), en este trabajo la autora formula el primer diagnóstico de la importancia de la mujeres empresarias en México, mientras que Avolio años más tarde retoma elementos planteados por Zabludovsky y estudia el perfil de las mujeres empresarias de Perú, ella define a una empresaria como:

> aquella mujer que es propietaria de una empresa (independientemente de la forma como obtuvo la propiedad), está activamente involucrada en su funcionamiento como gerenta o administradora y genera empleo para sí misma y para otras personas (2008: 15).

No obstante, la mayor parte de los estudios sobre mujeres empresarias se concentran en una definición pragmática de las mismas, en las cuales describe las motivaciones por las que las mujeres deciden iniciarse en la actividad empresarial, los perfiles y las características generales de las empresas de su propiedad.

Otro de los estudios cuyas sujetas de estudio fueron las mujeres empresarias, es el presentado por Goffee y Scase (1985). Ellos desarrollan una tipología de mujeres empresarias a partir del grado en que ellas aceptaban los roles tradicionales de género y el grado en que idealizaban el ser empresarias. Identifican cuatro tipos de mujeres empresarias, a las que denominan: convencional, innovadora, doméstica y radical:

- La empresaria convencional es una mujer en la que predomina la valoración del rol tradicional de género, donde más que tener ideales por ser empresaria se vio obligada a autoemplearse por necesidad económica, cuya prioridad son sus roles familiares, por lo que no dedican tiempo al crecimiento o expansión de sus empresas.
- La empresaria innovadora es considerada una mujer con fuertes ideales de empresaria, pero con poco arraigo a los roles tradicionales de género. Estas mujeres por lo general son altamente educadas y comprometidas con sus empresas por lo que su vida social suele estar

restringida, inician en el negocio como consecuencia de un crecimiento profesional restringido.

- Las empresarias a las que denominan como domésticas, son mujeres con poco arraigo a los ideales de empresarias, pero están convencidas de sus papeles tradicionales como mujeres, tienen como prioridad su responsabilidad doméstica y se convierten en empresarias por una satisfacción personal más que por razones económicas.
- Las empresarias radicales son mujeres que frecuentemente estuvieron o están involucradas en grandes empresas, presentan poco arraigo tanto a los ideales de empresaria como a los roles tradicionales de género y se convirtieron en empresarias como una opción para mejorar la posición de las mujeres en la sociedad. Usualmente son consideradas como feministas porque su motivación va más allá del dinero, ellas buscan ganar autonomía y libertad frente a la influencia masculina.

Esta tipología identificada por Goffee y Scase (1985), si bien es cierto que es uno de los primeros acercamientos para definir el concepto de empresaria, presenta una clasificación muy vaga, ya que solo considera el grado de aceptación que las mujeres tienen de los roles tradicionales de género y su interés en ser empresarias, sin que se tome en cuenta la participación real como propietarias de empresa, incluso como parte de la tipología se incluye a mujeres ejecutivas que trabajan dentro de grandes empresas. Con respecto a la tipología de *empresaria doméstica*, Goffe y Scase describen a las mujeres que ingresan al mercado laboral como actores emergentes de la economía, sin un objetivo económico, sino para complementar sus papeles familiares tradicionales, mientras que la definición de *empresarias radicales* que hacen los autores hablan de la necesidad de autonomía y libertad como un acto radical de las mujeres empresarias, sin embargo, más allá de un sentido radical, estas dos características son imprescindibles para garantizar los derechos humanos de las mujeres y por lo tanto de las empresarias.

Sin embargo, Carter y Cannon (1992) criticaron la tipología de Goffee y Scase porque consideraron que los factores de categorización no fueron los correctos y la experiencia empresarial de las mujeres cambia con las etapas de su curso de vida, por lo que ellos identificaron cinco tipos de empresarias: 1) las errantes, mujeres jóvenes que optan por el autoempleo en respuesta de sus necesidades económicas; 2) las aspirantes, mujeres con un buen nivel educativo que emplean la capacitación como una manera de compensar su falta de experiencia; 3) las triunfadoras,

mujeres mayores que han tenido una relevante experiencia de trabajo; 4) las que retornan, mujeres que eligen el autoempleo como una manera de retornar a la actividad económica después de una pausa en su carrera; y finalmente 5) las tradicionalistas, mujeres de 45 años o más quienes siempre han trabajado en empresas familiares. Ambos estudios fueron de corte cualitativo y se desarrollaron en el Reino Unido, donde las dos tipologías descritas consideran las motivaciones que tienen las mujeres para ingresar al mercado empresarial, sin embargo, no consideran como parte de sus tipologías las funciones y el concepto de las mujeres empresarias descritas.

Por su parte, Lee-Gosselin y Grissé (1990) estudiaron a las empresarias en Canadá y operacionalizaron el término de empresaria de acuerdo con los siguientes criterios: poseer por lo menos el 1% de las acciones de la empresa, ser responsable de por lo menos una función estratégica (mercadotecnia, finanzas, recursos humanos, ventas, producción, entre otras) y trabajar en su propia empresa, mientras que Inman (2000), señaló que para que una mujer se considere empresaria debe tener al menos 500 empleados, debe ser fundadora y administradora del negocio, trabajar tiempo completo y su mayor fuente de ingresos debe venir de su empresa, por lo que esta definición está muy distante del escenario empresarial de las mujeres en México.

Otra tipología de mujeres empresarias es la presentada por Arias, en un estudio realizado en México durante 2001, quien estudia las situaciones de mujeres empresarias de diferentes generaciones. En este estudio la autora visualiza a las empresarias como un actor que aparece en los momentos de crisis de la economía a nivel macroeconómico, sin embargo se concentra en las crisis microsociales para argumentar el motivo por el cual las mujeres incursionan en el mercado empresarial. Señala que los principales motivos por los que las mujeres se convierten en empresarias son por los cambios que se presentan en su estructura familiar como el divorcio, la viudez o la orfandad, y en los cambios económicos como es el desempleo de ellas mismas o los cónyuges. A partir de estos datos clasifica a las mujeres empresarias como "mujeres en negocios" y "mujeres de negocios".

Caracteriza a las mujeres en negocios por: 1) mostrar un elevado interés por desempeñar su papel tradicional; 2) convertirse en empresarias debido a casos fortuitos; 3) trabajar en la empresa familiar; 4) carecer de instrucción formal; 5) adquirir un nuevo rol de "jefa de familia", por separación o incapacidad de la pareja, viudez, desempleo u orfandad; y 6) dejar los negocios en manos masculinas –por presión familiar, social o

cultural– en la primera oportunidad. Mientras que a las mujeres de negocios las caracteriza por: 1) rechazar totalmente el papel tradicional de las mujeres y separar los roles entre casa y negocio; 2) carecer de antecedentes familiares empresariales; 3) emprender su propio negocio; 4) tener acceso a la educación formal; y 5) por no declinar sus empresas en manos masculinas (Arias, 2001). Consideramos que Arias en su clasificación de empresaria describe dos tipos de empresarias completamente opuestas, a las primeras las mujeres como actores emergentes de la economía, mientras que el segundo tipo trata de romper con los roles tradicionales asociados a las mujeres.

Serna (2003), considera que para que una mujer sea empresaria es "necesario que al desempeñar su actividad contemple dentro de sus objetivos la construcción de una empresa" (Serna, 2003:27), es decir, el ser empresaria lleva implícito el asumir los riesgos y las responsabilidades. Para esta autora, la incursión femenina al sector empresarial está vinculada con la frustración ante la desigualdad que enfrentan en su carrera profesional, el mayor control de su tiempo y con la posibilidad de armonizar sus roles personales con los profesionales. En este sentido, tanto las aportaciones de Serna (2003) al concepto de empresaria, como la mujer de negocios definida por Arias (2001) retoman los elementos conductuales de los conceptos de Cantillon y Schumpeter. Estas autoras, al igual que Cantillon, señalan que una empresaria es aquélla mujer que asume riesgos, y, al igual que Schumpeter reconocen en la innovación una actitud indispensable en las mujeres empresarias.

Por otra parte, el por el Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES) define a las empresarias como:

> …mujeres que trabajan en pequeños proyectos productivos, generalmente en empresas de micro, pequeña o mediana escala, desarrollado en su hogar, que trabajan por su cuenta con escasos recursos, conscientes de la necesidad de obtener ingresos a partir de esa actividad, imaginan cómo hacerlo y ponen en práctica todos los recursos que tienen a su alcance para lograrlo. Sin olvidar que el producir en pequeña o mediana escala no excluye el constituir con legalidad los proyectos iniciados. (INMUJERES, 2010)".

En este sentido la definición del concepto de empresaria realizado por el INMUJERES, es cuestionable, ya que no incluye elementos teóricos que permitan discutir el papel real que tienen las mujeres en la economía mexicana.

En esta definición podemos observar cómo se encuentran presentes elementos de la definición marxista, en la que las mujeres son a la vez propietarias (capitalistas) y trabajadoras, pero el INMUJERES sigue visualizando a las empresarias como una figura emergente de la economía, las considera mujeres en condiciones precarias cuya única opción para sobrevivir es autoemplearse, hacer algo por ellas mismas a partir de recursos económicos limitados y en situación de vulnerabilidad. Esta definición de empresaria no considera a las mujeres capaces de ser innovadoras, dinámicas y de asumir riesgos como parte de un objetivo profesional. Podemos observar como el Estado, sigue viendo a las mujeres en un papel de actor emergente en la economía sin reconocer las capacidades que a través de la historia han desarrollado las mujeres y las limita sólo a ser capaces de generar ingresos para sobrevivir.

Incluso, cuando revisamos la definición de emprendedora que da el INMUJERES, identificamos que ésta cae en una contradicción; para este instituto tanto las empresarias como las emprendedoras son definidas como mujeres que crean una empresa o empiezan un negocio impulsadas por la necesidad de la situación económica y familiar, mientras que desde nuestro punto de vista una mujer ejecutiva puede ser considerada como una mujer emprendedora sin tener que ser propietaria de una empresa, es decir, una mujer puede ser emprendedora en actividades ejecutivas en las cuales ella forme parte del capital humano de una organización sin ser propietaria de la misma. En este sentido, creemos que ser empresaria, puede ser una manifestación de la autonomía de una mujer, pues no sólo habla de su independencia económica, sino de su capacidad de visión, organización, dirección, audacia, innovación, perseverancia, inteligencia y empeño.

Por lo tanto, la definición de empresaria que hace el Estado mexicano es muy limitada, ya que solo concibe a las mujeres como microempresarias o incluso con el término de "changarreras",[18] es importante aclarar que las políticas públicas del Estado mexicano han visto en la creación de micronegocios y "changarros" la única alternativa para contrarrestar los efectos del desempleo, y desafortunadamente las mujeres son quienes mayormente acceden a este tipo de negocios, sin embargo algunos de los casos que se presentan como parte del trabajo empírico de esta investi-

[18] Molina (2003), define los changarros como pequeñas unidades económicas comerciales, industriales o de servicio, iniciadas sin recursos propios o muy limitados, que son el producto de la inquietud de un individuo, de una familia o de un pequeño número de personas con el fin de superarse, tener éxito y llegar a la independencia económica

gación contradicen la generalidad establecida por los datos estadísticos oficiales con respecto a las mujeres empresarias y el tamaño de sus empresas.

Otro enfoque interesante para definir a las mujeres empresarias es el que describe Voeten (2002). Con el objetivo de distinguir a las mujeres empresarias de las involucradas en actividades comerciales o servicios por razones de supervivencia, en un programa de Entrenamiento de las Mujeres para las Micro y Pequeñas Empresas en Vietnam desarrolló una serie de criterios para clasificar a las empresarias: Si es o no una empresas de mujeres; si las mujeres han sido empujadas (*push*) o atraídas (*pull*) a la empresa; si dejarían las empresas ante la posibilidad de un empleo fijo; si la empresa está formalmente constituida; si están dispuestas a entrenarse para la actividad administrativa; si están dispuestas a expandir sus empresas; si contratan mano de obra; si toman riesgos o reinvierten en sus empresas; si las finanzas de las empresas están separadas de las personales; si el negocio lleva una contabilidad formal.

La revisión de los anteriores elementos facilitan el acercamiento a la identificación de la definición pragmática del concepto de mujer empresaria, en la que se pueden establecer similitudes en todas la tipologías antes expuestas, por lo que se puede plantear la existencia de dos tipos de empresarias: 1) aquéllas que por situaciones fortuitas han tenido que autoemplearse para contribuir al sustento económico de sus familias; y 2) las mujeres que por convicción y proyecto profesional han decidido incursionar en el mundo empresarial. Inclusive se observan coincidencias que nos permiten agrupar elementos comunes al momento de hablar de las mujeres empresaria: 1) las circunstancias económicas y sociales bajo las cuales se inicia el negocio; 2) las características personales como son la personalidad emprendedora y el empuje, lo que los lleva a hacer una diferenciación entre las empresarias que "deben" incursionar al mundo empresarial por sus circunstancias y las que "quieren" incursionar en búsqueda de un desarrollo profesional; y 3) la rentabilidad y/o la generación de empleos que representa la empresa.

Creemos que, a diferencia de los empresarios, la incursión a la actividad empresarial de las mujeres surge como una resistencia a la subordinación de género, es decir, las mujeres se incorporaron al ámbito empresarial considerándolo una actividad emergente ante las precarias condiciones laborales y la discriminación de género que se presenta en los grandes corporativos.

Así, al igual que con la noción de empresario el concepto de empresaria presenta una serie de dificultades: es polisémico, se inserta en un mo-

mento histórico, espacial y temporal, y no tiene un significado universal; pero a diferencia del concepto de empresario, cuando se habla de mujeres en la función empresarial la mayoría de las definiciones se concentra en actitudes, motivaciones y necesidades que llevan a una mujer a introducirse en el ámbito empresarial. De tal manera que los estudios analizados muestran la definición pragmática de las empresarias, es decir, las inserta en un contexto social y en un momento histórico, por lo que, como parte de nuestra investigación elaboramos un concepto propio en el que incluimos tanto elementos estructurales como conductuales para definir a las empresarias sujetas de nuestra investigación.

Es necesario señalar que el concepto de empresaria que guío la investigación es una construcción entre aportaciones conceptuales previas y la realidad encontrada en los casos de estudio. Se decidió no utilizar como referente teórico del término empresaria a aquéllas definiciones oficiales que el Estado hace de las mismas, ni las definiciones resultado de investigaciones anteriores debido a las evidentes diferencias en el momento histórico, económico y social de las mujeres que intervienen en el mundo empresarial.

Con respecto a los elementos que integran la definición de empresaria de esta investigación es importante mencionar que al igual que Arias (2001), retomamos elementos como los procesos de toma de decisión, sin embargo no incluimos elementos como el acceso a la educación formal ni de actitud emprendedora; también se retoman elementos planteados por Lee Gosselin y Grissé (1990), quienes señalaron que para definir a una empresaria es indispensable que tenga propiedad sobre el negocio, tenga personal a su cargo y sea su única fuente de ingresos profesional, pero debido al sector económico en que se participan las empresarias sujetas de estudio, no es posible incluir el que tengan como mínimo 500 personas a su cargo. De igual manera, se retoman las diferencias realizadas por Zabludovsky (1993), entre mujeres autoempleadas y quienes contratan personal a su cargo.

Otro elemento que se retoma en la presente definición de empresaria, es la capacidad de asumir riegos de la que habla Serna (2003), sin embargo, los elementos de la innovación tecnológica no se incluyen como parte del concepto debido a que no se encontraron presentes en la realidad de las mujeres empresarias restauranteras entrevistadas. No obstante, en términos de innovación empresarial se retoma la propuesta de Lizaur (1996), quien señala que como parte de la innovación del proceso empresarial un empresario realiza nuevas combinaciones con los recursos de los que dispone.

Antes de delimitar el concepto de empresaria, es importante mencionar que la realidad de estudio donde se aplica la definición tiene además otros elementos de complejidad, incluye a las mujeres propietarias de microempresas, negocios pequeños y medianos, por lo que sus realidades no permiten ajustarse a una sola definición, incluso, tampoco estamos de acuerdo en encasillar a las mujeres en tipologías, pero durante los capítulos donde se describen cada uno de los caso de estudio, se muestra la diversidad encontrada.

En este sentido, para este trabajo se considera como empresaria a aquélla mujer que es dueña de por lo menos de la mitad de la empresa (sin importar su tamaño); está activamente involucrada en su funcionamiento: realiza actividades de gestión, toma de decisiones, planeación, control y dirección; asume los riesgos financieros, psicológicos y sociales; es capaz de generar diferencias en sus productos de manera que le permitan mantenerse en el mercado; genera empleo para sí misma y para otras personas y es quien recibe las recompensas monetarias, indistintamente de las motivaciones que la impulsaron a incursionar en este tipo de actividad económica, no sin olvidar que esta investigación utiliza como marco teórico la categoría de género, por lo que es necesario dilucidar cómo las mujeres sobreviven en las estructuras empresariales, las cuales históricamente han sido administradas por hombres.

CAPÍTULO IV

Empresarias de la Zona Metropolitana de Guadalajara

Este capítulo tiene como objetivos tanto el de contextualizar la participación de las mujeres empresarias en la economía mexicana, así como el de describir las características sociodemográficas de estas mujeres y de las empresas de su propiedad. Es importante comentar nuevamente que si bien es cierto nuestra investigación es de corte cualitativo, el incluir un análisis estadístico sobre la situación de las mujeres empresarias nos permitirá contextualizar la realidad económica, demográfica y social de las mismas dentro de la ZMG que es el espacio delimitado para nuestra investigación.

En este sentido, en el primer apartado hacemos una revisión sobre la feminización del mercado laboral en México, para en el segundo presentar la participación de las mujeres empresarias dentro de la economía y en el tercer apartado reflexionar sobre su participación dentro de la rama restaurantera; ambas reflexiones tienen como eje central la ZMG e incluyen datos estatales y nacionales como puntos de referencia. Finalmente, en el cuarto apartado describimos el perfil de las empresarias de esta rama de actividad económica.

Antes de continuar es importante hacer la aclaración que, para efectos de la contextualización de la participación laboral y económica de las empresarias, utilizaremos los datos referidos por el INEGI como empleadora, sin embargo, reconocemos que esta no es la definición teórica con la que trabajaremos la parte del estudio cualitativo de mujeres empresarias por las consideraciones ya mencionadas en el capítulo metodológico.

1. La feminización del mercado laboral en México

A partir de la década de los noventa y hasta nuestros días, se han ampliado los esfuerzos por conocer los cambios que se han presentado en el mercado de trabajo mexicano (García, 2009). La modificación de las relaciones sociolaborales y la profundización de la exclusión y vulnerabilidad de la fuerza laboral llevadas a cabo en los últimos años han desaparecido el concepto tradicional de trabajo (Salazar y Rivas, 2004) y de seguridad social, reemplazándolos por la incertidumbre de trabajos informales, flexibles y precarios.

Dentro de este contexto de flexibilización y precarización del trabajo en México, uno de los principales cambios que se han presentado en las últimas décadas es la recomposición de la fuerza laboral: la inclusión de la mujer en el mercado laboral, la cual va en aumento. Las crisis económicas, los avances tecnológicos, el incremento de los niveles educativos de las mujeres, la disminución del poder adquisitivo y calidad de vida de las familias, son situaciones que han llevado a la mujer a incorporarse a la fuerza laboral y a otros espacios públicos.

El desarrollo industrial y postindustrial ha venido a trastocar la organización familiar tradicional. Trajeron consigo un proceso de transformación de la división sexual del trabajo, en donde los roles de género en la esfera familiar no cambiaron en la misma proporción que lo hizo la participación de las mujeres en la fuerza laboral.

A pesar de que la participación de las mujeres en la fuerza laboral ha experimentado un aumento sin precedentes en las últimas décadas (García y Rendón, 2004), aún se observan importantes asimetrías en cuanto a la remuneración y calidad de los empleos que obtienen. Un ejemplo de ello es la permanencia de brechas salariales entre hombres y mujeres.

Las mujeres tienden a tener tasas de desempleo más altas (Fleck y Sorrentino, 1994); experimentan periodos de desempleo más largos (Revenga y Riboud, 1993); además, una mayor proporción de ellas trabaja en empleos no remunerados (INEGI, 2010), mientras que algunas otras mujeres han optado por incursionar en el mundo empresarial como una alternativa para compensar la inequidad del mercado laboral (Zabludovsky, 1998) e incluso romper con los techos de cristal.[19]

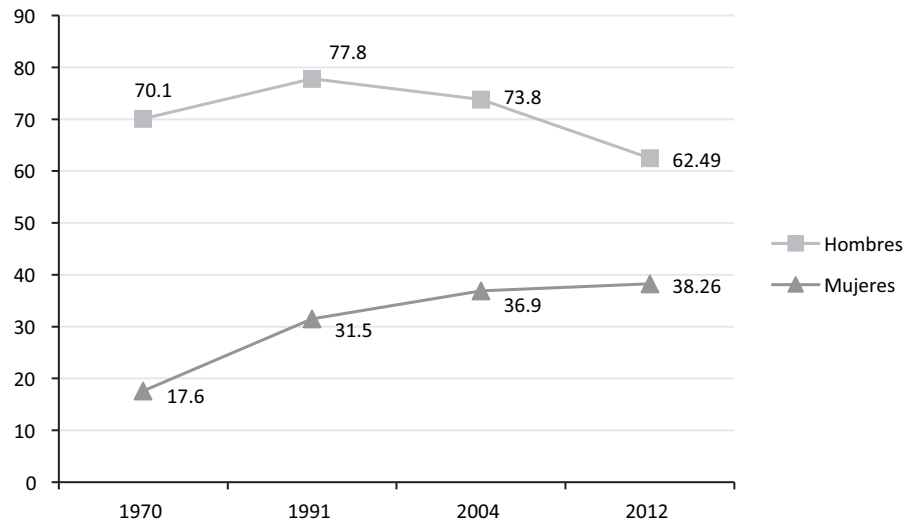
---

[18] El techo de cristal es definido por Segerman y Peck, 1991; Powell, 1991; Davidson y Cooper, 1992, como un muro invisible pero inaccesible de procedimientos, estructuras, relaciones de poder, y creencias que dificulta el acceso de las mujeres a puestos de decisión y el despliegue de sus potencialidades.

Trabajos como los de García y Rendón (2004) y Pacheco (2007), analizan los cambios del mercado laboral en México durante el siglo XX. En ellos se sustenta el crecimiento de la participación femenina como fuerza de trabajo y la modificación sectorial del empleo resultado de las nuevas estrategias económicas. Incluso, señalan que la incursión de las mujeres al mercado laboral está vinculada a las necesidades y desigualdades sociales (Pacheco, 2007).

Estas autoras coinciden al señalar que la década de los ochenta –aún con la crisis económica característica de esa época- fue el decenio de mayor crecimiento en la inserción de las mujeres al trabajo y aunque no ha decaído esta tendencia, el crecimiento no es tan significativo. Situación que no se replica con los hombres, en donde su participación en el trabajo muestra una tendencia decreciente (Ver gráfica No. 5. Tendencia de participación laboral en México).

Gráfica 5
Tendencia de participación laboral en México



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de: Pacheco (2007) para los años 1970, 1991 y 2004; para 2012 ENOE, INEGI.

Sin embargo, las remuneraciones salariales no tienen el mismo comportamiento. Pacheco, señala que: "en todas las ocupaciones el ingreso por hora trabajada femenino es menor que el masculino… y que la brecha aumenta en las ocupaciones de más alto nivel"(Pacheco, 2007: 75). Por su

parte, García y Rendón atribuyen como causa de esta brecha: la discriminación, ya que "no puede atribuirse a las diferencias en escolaridad y experiencia" (García y Rendón, 2004: 55), los datos que mostramos en las siguientes páginas confirman que la escolaridad promedio de las mujeres es superior a la de los hombres.

Otro elemento importante es la nueva composición de la fuerza laboral femenina. En la década de los ochenta las mujeres que se sumaban a las filas de trabajo oscilaban entre los 20 y 27 años de edad, solteras y sin hijos. Mientras que en la actualidad la gran mayoría de mujeres tiene entre 35 y 45 años de edad, casadas y con hijos (Pacheco, 2007; García y Oliveira, 2006; y García y Rendón, 2004), por lo que se intuye que este fenómeno puede ser ocasionado por tres factores:

1) Los hijos ya no dependen completamente de sus madres;
2) Existe un aumento en la conformación de familias monoparentales; y
3) La disminución del poder adquisitivo de las familias debido a las demandas crecientes de necesidades propia del crecimiento de los hijos.

Finalmente, García y Rendón (2004), subrayan que la insuficiente creación de empleos asalariados ha propiciado la proliferación de actividades en pequeña escala, sobre todo en los sectores feminizados como son los servicios y la preparación de alimentos (García y Rendón, 2004). Así que el proceso de terciarización del empleo en el país ha fortalecido el proceso de feminización del trabajo.

En la tabla 3 podemos observar que en los tres niveles de análisis la posición donde se concentran las mujeres es en el grupo de trabajadores asalariados. Sin embargo, en los municipios que conforman la ZMG en la clasificación de empleadores, las mujeres se encuentran un punto porcentual por encima de los promedios nacional y estatal. Si bien, este dato no es un valor numérico representativo, la mayor concentración de mujeres es en el grupo de trabajadores por cuenta propia. Este dato, conjuntamente con el sector de mayor concentración de participación laboral femenina nos permite identificar una tendencia en los análisis de nivel microeconómico: las mujeres participan mayoritariamente en el sector terciario y buscan autoemplearse o independizarse a través de la apertura de negocios propios, por la posibilidad que esto les ofrece de compaginar la doble agenda del hogar y el trabajo en espacios públicos.

Tabla 3.
Posición en la ocupación de la PEA

Posición en la ocupación	Nacional	Mujeres	Jalisco	Mujeres	ZMG	Mujeres
PEA	**43,633,759**	**16,419,746**	**3,073,650**	**1,210,942**	**1,834,224**	**758,757**
Trabajadores subordinados y remunerados	28,967,915	10,838,143	2,104,992	835,880	1,332,901	554,868
Asalariados	26,958,391 62%	10,411,387 63%	1,948,954 63%	802,456 66%	1,239,928 68%	532,922 70%
Con percepciones no salariales	2,009,524 5%	426,756 3%	156,038 5%	33,424 3%	92,973 5%	21,946 3%
Empleadores	2,016,841 5%	375,542 2%	169,482 6%	28,870 2%	101,471 6%	23,530 3%
Trabajadores por cuenta propia	9,882,338 23%	3,706,140 23%	605,901 20%	228,046 19%	321,160 18%	123,087 16%
Trabajadores no remunerados	2,765,087 6%	1,499,921 9%	193,275 6%	118,146 10%	78,692 4%	57,272 8%
No especificado	1,578 0%	- 0%	- 0%	- 0%	- 0%	- 0%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INEGI. ENOE, tercer trimestre de 2010.

Según el Consejo Nacional de Población (CONAPO) es posible afirmar que "existe la feminización de algunas ocupaciones y ramas de actividad que no se ha traducido en mayores condiciones de igualdad y acceso a oportunidades para las mujeres" (CONAPO, 2009: 120), es decir, a pesar de que la participación económica de las mujeres se ha asociado al crecimiento de algunos sectores de la ocupación, los patrones en la división sexual del trabajo persisten y se restringen las oportunidades laborales de las mujeres en puestos estratégicos y de toma de decisiones. Reconocemos que México atraviesa por procesos de restructuración tanto de su fuerza laboral como de su economía y que estos procesos de restructuración llevan a la reorganización de la vida pública y privada de hombres y mujeres (García, 2001). Sin embargo, la división sexual del trabajo subsiste.

Al respecto, Pacheco (2007) hace un análisis de asignación diferencial de tareas por sexo en México a principios de este siglo. En este estudio refleja como los hombres y mujeres se distribuyen de manera diferente las

actividades que se realizan en el mercado de trabajo. Distingue dos tipos de segregación: la segregación horizontal que es la tendencia de que las mujeres se concentren en ciertas ocupaciones y se encuentren marginalmente en las demás; el segundo tipo de segregación es el que denomina como segregación vertical, donde la concentración de las mujeres es en puestos de menor estatus que los hombres. Así mismo, identifica una continuidad con respecto al sector terciario como el de mayor concentración de la participación laboral de las mujeres. Con respecto a las actividades que realizan las mujeres, la autora establece que ellas siguen desempeñando las tareas asociadas tradicionalmente a labores femeninas.

Si bien es cierto, esta división tradicional del trabajo es una desventaja adicional para las mujeres, coincidimos con García y Rendón cuando señalan que "la división del trabajo tiende a disminuir, pero los cambios son lentos y además tal tendencia no es lineal" (Rendón 2004: 61), es decir, las mujeres pueden acceder a actividades que durante siglos estuvieron reservadas a los hombres, ciertamente, no en las mismas proporciones y con la misma rapidez que ellos, pero ahora es posible encontrar mujeres en todos los sectores y puestos de trabajo.

Cigarini (2000) señala que el trabajo autónomo de las mujeres aumenta, ya sea a través del ejercicio de profesiones como: médicas, ingenieras, abogadas o a partir del establecimiento de sus propias empresas, por lo que "las mujeres en mundos masculinos y los varones en mundos femeninos están en mejor situación y obtienen mayores recompensas laborales que los asalariados en ocupaciones de su propio sexo" (Ibáñez, 2010: 146). Es decir, la segregación de las mujeres en el mercado laboral solo podrá ser reducida, en la medida en que las mujeres se coloquen en puestos de trabajo neutros al género o masculinizados (García y Rendón 2004: 61), de otra forma esta segregación continuará perpetuando la feminización del trabajo precario y flexible.

2. Papel de las mujeres empresarias en la economía

El incremento de la participación de las mujeres empresarias a nivel mundial ha volcado la atención hacia ellas, sin embargo, en 1997 durante la primera conferencia celebrada en París sobre la actividad empresarial femenina "Women entrepreneurs in SMEs: a major force in innovation and job creation", la OCDE señaló la dificultad que existe en todo el mundo para determinar el número de mujeres empresarias. Baygan (2000) identificó que los datos están a menudo incompletos o se basan en el análisis

de muestras parciales, "por lo que se obtiene una visión incompleta de estos agentes económicos" (Baygan, 2000: 8), sirva como ejemplo decir que los datos estadísticos en México relacionados con los empresarios (indistintamente del sexo) se construyen a partir del termino de empleador, que si no se tiene cuidado al momento de hacer los análisis se pueden sesgar los resultados.

Para efectos de esta investigación y con el objetivo de no sesgar la representación estadística de los datos que se muestran en este capítulo, es necesario realizar algunas precisiones, iniciando por los términos de empleadora y empresaria. Es importante hacer la aclaración que los datos que se obtienen de los instrumentos estadísticos del INEGI, son limitativos y no permiten distinguir entre ambos conceptos, por lo que los datos analizados en este capítulo hacen referencia al término de empleadora, quién es definida como la trabajadora independiente que ocupa personas a cambio de una remuneración económica en dinero o en especie, en donde sus unidades económicas deben tener como mínimo dieciséis trabajadores en la industria y seis en el comercio y los servicios. Sin embargo, reconocemos que esta no es la definición teórica con la que trabajaremos la parte del estudio cualitativo de mujeres empresarias, pero para efectos de la contextualización de la participación laboral y económica de las empresarias, utilizaremos los datos referidos por el INEGI como empleadora.

A pesar de estas limitaciones, los datos estadísticos y estudios existentes permiten observar como el número de empresas creadas o impulsadas por mujeres ha experimentado un crecimiento importante. De acuerdo con Zabludovsky (1998) entre el 25% y 33% de las empresas del mundo están dirigidas por mujeres que son propietarias de las mismas. Estas empresas comprenden una gran variedad de giros y tamaños y su presencia está reconfigurando el panorama empresarial contemporáneo. Estos cambios en la participación de las mujeres en el mercado laboral y en la división sexual del trabajo se dan simultáneamente a otras reestructuraciones radicales en la economía mundial que se experimentan en la primera parte del siglo XXI, tales como las crisis financieras y laborales, el acelerado desarrollo científico y tecnológico, así como la creciente importancia de las comunicaciones y la inminente globalización.

A la par de estas macro reestructuraciones económicas, las mujeres propietarias de empresas tienden a llenar los vacíos que se crean en los niveles microeconómicos como creadoras de fuentes de empleo, surgen como actores emergentes en las economías y en ocasiones, las mujeres de bajos ingresos ven en la creación de micronegocios y el autoempleo la única alternativa para la sobrevivencia. No obstante, las mujeres de to-

dos los niveles sociales están creando y dirigiendo sus propias empresas (Zabludovsky, 2001), por lo que la creación de empresas no es exclusiva de las clases más necesitadas.

Los estudios que se han realizado sobre las empresarias mexicanas se han enfocado principalmente en zonas rurales y en el Distrito Federal, sin que exista información sobre este tema en el estado de Jalisco y la ZMG, que de acuerdo con los datos publicados por el INEGI en la ENOE, durante el segundo trimestre del año 2010 en el estado de Jalisco se concentra el 13% del total de las empresarias del país y de las 28,870 mujeres empresarias existentes, el 81.5% se concentra en la ZMG.

En este punto es importante mencionar que como parte de nuestra reflexión se incluyen algunos indicadores económicos del Sistema Estatal de Información Jalisco (SEIJAL) presentados en el año de 2010 e incluso contrastamos información de investigaciones previas sobre empresarias mexicanas, pero la mayor parte de los datos estadísticos de las empresarias que se presentan en este documento se elaboraron a partir de los microdatos correspondientes al tercer trimestre de la Encuesta Nacional de Empleo Urbano (ENEU)[20] para los años 1987, 1990, 1995, 2000 y de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE)[21] para 2005 y 2010, ambas encuestas realizadas por el Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI).

Iniciaremos señalando cuales fueron los datos y criterios que se utilizaron para elaborar las tablas y gráficas que se presenta en las siguientes páginas. Para efectos de distinguir el autoempleo del término empresaria en nuestro análisis se consideraron a quienes por su posición en la ocupación se clasifican como patrones y subcontratistas; en términos de empleo[22] se excluyeron aquéllas empresas que tienen contratado solo un trabajador, tomándose como referencia a quienes por lo menos tienen contratadas a dos personas; otro filtro que se utilizó en los microdatos fue

---

20 La ENEU se levantó de 1982 a 2004 y fue sustituida por la ENOE en el 2005. Se levantaba de manera mensual y trimestral. Su objetivo era obtener información sobre las características de la ocupación de la población urbana de 12 años y más, así como de otras variables demográficas y económicas que permitieran un análisis más profundo de los aspectos laborales.

21 Los microdatos de la ENOE contienen información a nivel nacional desagregada por municipios, respecto de la dinámica laboral en el país y de las características tanto de la población ocupada, como de la disponible y la desocupada. Los datos de 2010 contienen un factor de expansión ajustado a los resultados definitivos del II Conteo de Población y Vivienda 2005.

22 La ENEU se levantó de 1982 a 2004 y fue sustituida por la ENOE en el 2005. Se levantaba de manera mensual y trimestral. Su objetivo era obtener información

el seleccionar los casos de los empleadores y empleadoras con actividades definidas como formales[23] dentro de la economía, finalmente, con respecto a la delimitación de la ZMG, se respetó la demarcación geográfica establecida por INEGI para cada uno de los años analizados.

Para la identificación de los datos correspondientes a las empresarias de la rama restaurantera, en los años 1987 y 1990 se utilizaron las opciones 6, 12 y 20[24] de la pregunta 5 C del Cuestionario Básico de la ENEU; para los años 1995 y 2000 se utilizó la opción 14 de la misma pregunta del cuestionario[25] ; mientras que para los datos analizados en los años 2005 y 2010 se tomó en cuenta la información contenida en el sector de actividad identificado como 6.[26]

En este sentido, es necesario mencionar que los datos estadísticos que se obtuvieron de la ENEU y la ENOE presentan algunas limitantes para el cruce de algunas variables sociodemográficas y económicas de las empresarias, es decir, en la ENEU no existe información sobre el nivel de instrucción, jornada de trabajo y cantidad de hijos, por lo que restringe la posibilidad de hacer un análisis del ciclo de vida de estas mujeres, tampoco se registró el nivel de ingresos y la antigüedad de la participación de las mujeres como empresarias. Mientras que en la ENOE se mantiene la ausencia de información con respecto a la edad de los hijos y sobre la antigüedad de las empresas de mujeres.

Incluso, podemos hablar de que no existe una homogenización entre los términos que se utilizan entre diferentes instrumentos, por ejemplo, se considera como empleador a quién contrata a por lo menos 6 trabajadores en el comercio o los servicios (ENOE, 2010) y para clasificar el tamaño

---

sobre las características de la ocupación de la población urbana de 12 años y más, así como de otras variables demográficas y económicas que permitieran un análisis más profundo de los aspectos laborales.

23 El INEGI define como sector formal a todas aquellas actividades económicas que se desarrollan en empresas constituidas en sociedad, corporaciones, instituciones públicas o privadas, negocios no constituidos en sociedad, pero que reportan ingresos ante la autoridad hacendaria y en la agricultura y/o crianza de animales orientadas al mercado.

24 Opción 12) Loncherías, fondas, cocinas económicas, mesones, posadas, etc., 20) Cantinas, bares, restaurantes que no son parte de una cadena y 6) hoteles, restaurantes, y otros establecimientos de dimensiones medianas y grandes).

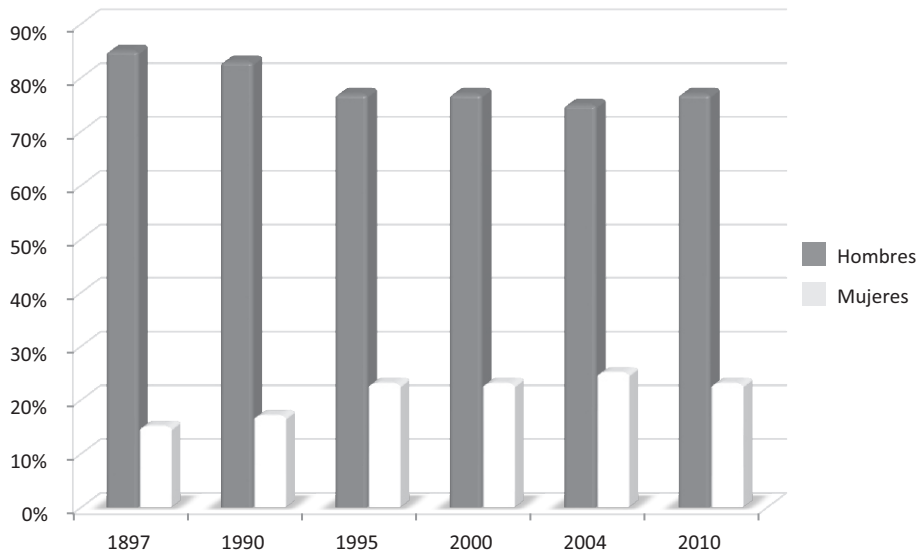
25 En 1994 se modificaron las opciones de respuesta para la pregunta 5 C del Cuestionario Básico de la ENEU quedando concentrados en la opción 14 los y las empleadoras de la rama restaurantera: Local de servicios, tales como restaurante, fonda, bar, etc. que no son parte de una cadena.

26 La ENOE describe con mayor nivel de especificidad el sector de actividad económica en el que se identifican las empresas, en este caso se tomó la información correspondiente a servicios de preparación de alimentos y bebidas.

de la empresa como micro es suficiente con que contrate a un solo trabajador (Secretaria de Economía, 2010).

Sin embargo, con la información disponible podemos resaltar que la participación de las mujeres en la actividad empresarial en México muestra una tendencia de crecimiento. Si bien es cierto, esta tendencia no es tan representativa como en países desarrollados, la Gráfica 6 muestra la participación de las mujeres en el ámbito empresarial, la cual si bien es cierto va en aumento, sigue siendo mucho menor a la cantidad de hombres que tienen una empresa.

Gráfica 6
Hombres y Mujeres empresarios en México



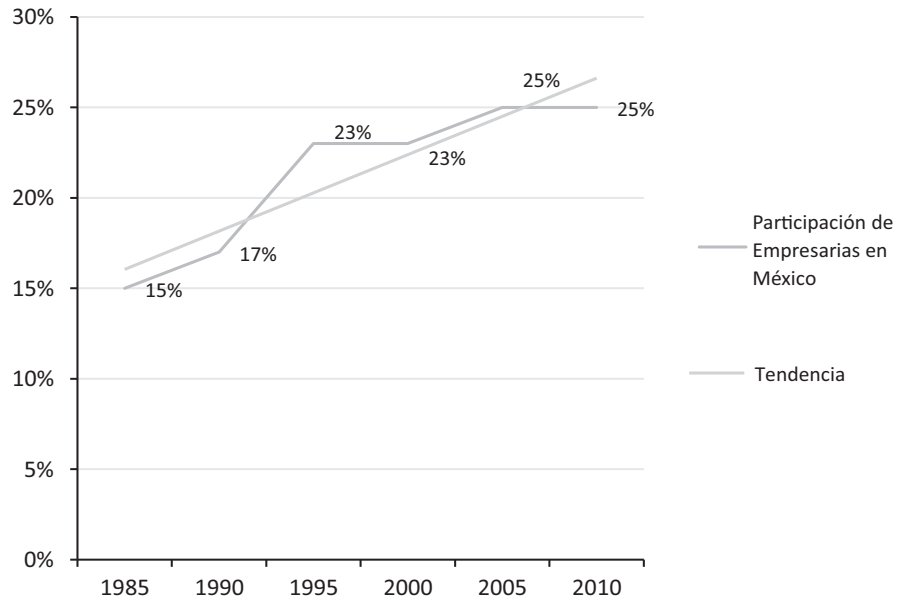
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la ENEU y la ENOE.

De acuerdo con datos proporcionados por el INEGI en 1987[27] se registró que el 85% de los empleadores eran hombres y el 15% mujeres, pero para 1995 el 23% del empresariado mexicano eran mujeres. Del 2000 al 2005 a pesar de la inestabilidad y la crisis económica en el país esta pro-

[27] Nuestro análisis con la información estadística de la ENEU inicia en el año 1987 debido a que la versión electrónica de los datos se encuentra disponible a partir de este año.

porción se mantuvo y en el año 2005, las mujeres recuperaron espacios como empleadoras, al tener una representatividad del 25%. Para el año 2010 esta relación se mantiene igual y en conjunto representan el 4.6% de la población económicamente activa. La gráfica 7 muestra el ritmo de crecimiento de la participación de las mujeres como empleadoras en la ocupación, que si bien no ha mostrado un crecimiento exponencial se ha mantenido constante en los últimos años.

Gráfica 7
Tendencia de la participación de las empresarias en México

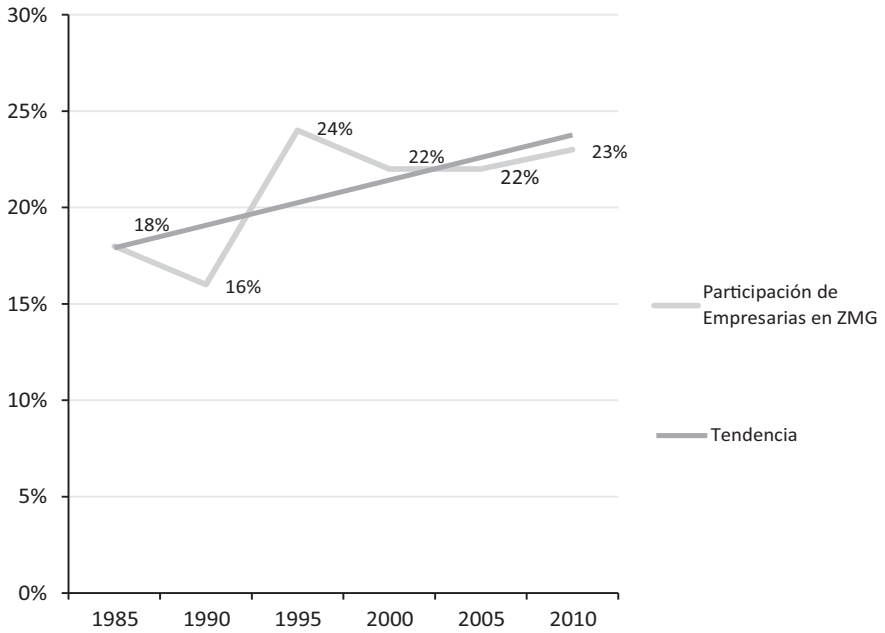


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la ENEU y la ENOE.

En la ZMG la tendencia de la participación de las empresarias mantiene una tendencia similar a la nacional, sin embargo, como se puede observar en la gráfica 8, ha atravesado por momentos críticos al inicio de las décadas de los noventa y el año 2000, en la que la participación de las mujeres disminuye dos y un punto porcentual respectivamente, y es hasta el año 2010 que se registra nuevamente un incremento de la participación de las mujeres como empresarias. Para este año los empresarios de la ZMG, representan el 5.5% de la PEA lo que significa que dos de cada 10 empresarios de la ZMG eran mujeres.

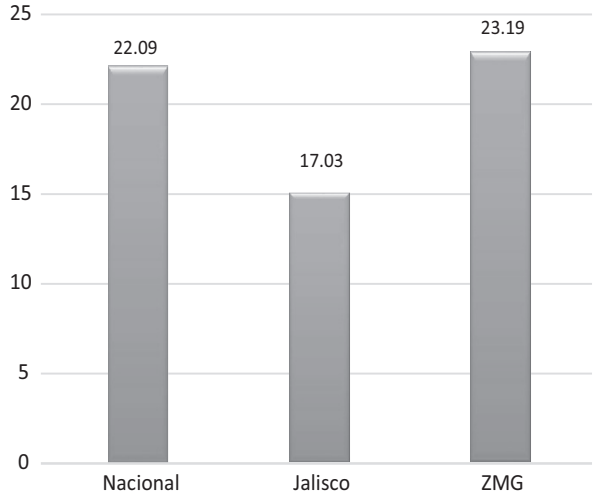
En este sentido, para el tercer trimestre del año 2010 un comparativo entre las mujeres empleadoras de la ZMG, el estado de Jalisco y los datos nacionales, muestran que la mayor representación proporcional de la participación de las empresarias se registra en la ZMG con un 23.19% (ENOE, 2010), estos datos se ilustran en la gráfica No. 9, donde se observa que durante el mismo período de comparación el porcentaje de mujeres empresarias en la ZMG es mayor al promedio nacional y estatal.

Gráfica 8
Tendencia de la participación de las empresarias en la ZMG



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la ENEU y la ENOE.

Gráfica 9
Comparativo de la participación de las mujeres como empresarias a nivel nacional, estatal y en la ZMG durante el año 2010



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la ENOE, tercer trimestre de 2010.

Este panorama se puede explicar como resultado tanto del proceso de industrialización que se concentró en la ciudad de Guadalajara por sus ventajas de localización geográfica, el acceso a una abundante mano de obra y a insumos locales (Alba y Kruijt, 1988; Arias, 1985; Barba y Hernández, 1996), como a la tercerización de las economías en los principales centros urbanos del país (García, 2009; Oliveira y García, 1998), que han continuado sin interrupciones desde la década de los ochenta.

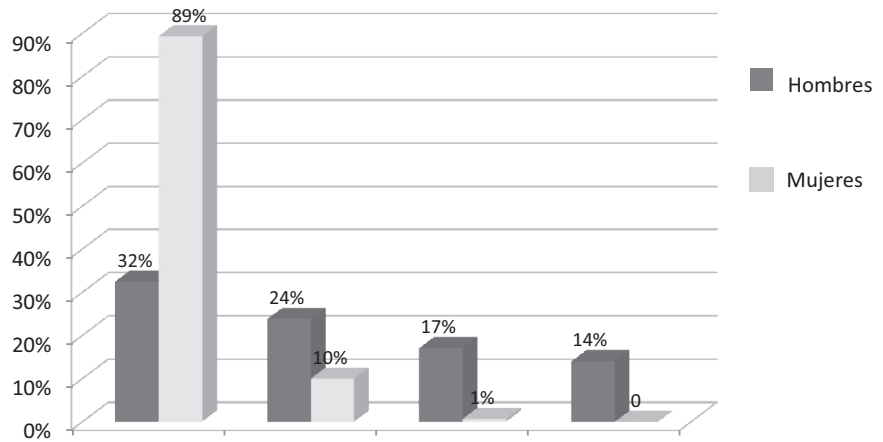
Empresas propiedad de mujeres

Cuando se trata de hablar de empresarias, los estudios identifican sus empresas como micro o pequeñas en términos de empleo, que como ya se dijo, sus actividades siguen estrechamente vinculadas con los papeles tradicionales de las mujeres como son: la alimentación, el cuidado y la salud, la educación y el comercio, no se les reconoce por tener una actitud emprendedora, sino más bien se visualiza a las mujeres empresarias como un actor social emergente.

En este sentido, las empresas propiedad de mujeres son generalmente clasificadas como pequeñas en términos de empleo. La gráfica 10 mues-

tra como el 89% de las mujeres empresarias a nivel nacional en el sector no agropecuario tiene un micronegocio, el 10% cuenta con un pequeño establecimiento y sólo el 1% tiene un establecimiento mediano. Es importante recordar que el INEGI, clasifica el tamaño de la unidad económica con base a la cantidad de personal ocupado y el sector económico de giro de la actividad realizada, es decir, mientras que los micronegocios en el sector servicios son unidades cuyo tamaño no rebasa los cinco trabajadores, los pequeños establecimientos son unidades económicas que tienen entre seis y cincuenta empleados, los medianos establecimientos tienen de 51 a 250 trabajadores y para ser considerado un establecimiento grande es necesario que tenga más de 251 personas contratadas, indistintamente del sector de la actividad económica a que se dedique.

Gráfica 10
Porcentaje de empleadores en México por sexo y tamaño de empresa



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INEGI. ENOE, tercer trimestre de 2010.

La tabla 4 muestra la cantidad de mujeres empleadoras según el tamaño de la empresa en los tres niveles de análisis. Podemos observar que el comportamiento de la propiedad de empresas de mujeres en el estado de Jalisco y la ZMG es similar. No obstante, en la ZMG el porcentaje de mujeres que poseen una pequeña empresa es mayor que en el estado de Jalisco y el promedio nacional.

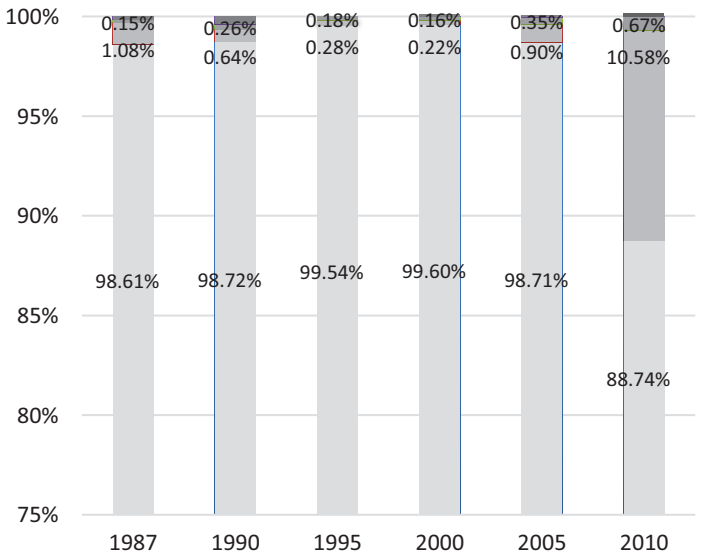
Tabla 4
Distribución de empleadoras por tamaño de empresa

Tamaño de la empresa / Empleadores	Nacional		Estado de Jalisco		ZMG	
	Total	% de mujeres	Total	% de mujeres	Total	% de mujeres
Micro	1,627,494	89%	131,682	88%	83,209	86%
Pequeña	197,640	10%	18,445	12%	11,863	14%
Mediana	21,071	1%	749	-	749	-
Grande	617	-	-	-	-	-
Otros	4,686	-	-	-	-	-

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INEGI. ENOE, tercer semestre de 2010.

Sin embargo, históricamente las empresas propiedad de mujeres son clasificadas como micro-empresas y pequeñas empresas, tal y como se muestra en la gráfica 11.

Gráfica 11
Histórico del tamaño de las empresas propiedad de mujeres

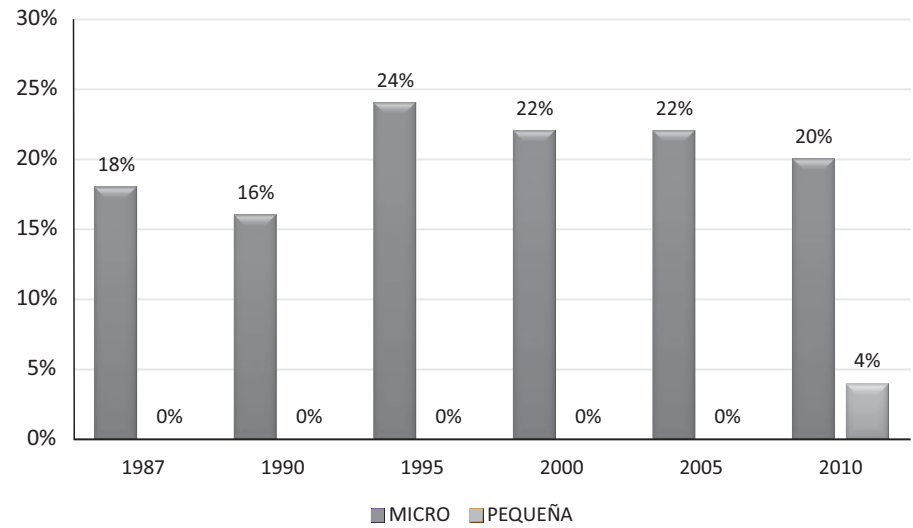


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la ENEU y la ENOE.

Es importante mencionar que los tamaños micro y pequeño de las empresas, no son exclusivas de aquéllas que son propiedad de mujeres, el 58% de las empresas que son propiedad de hombres también son clasificadas como micro y pequeñas, es decir en México el 78% de las empresas con actividades económicas son clasificadas como PYMES (ENOE, 2010) indistintamente del sexo de su propietario.

En la ZMG se confirma la afirmación de que las empresas propiedad de mujeres se consideran micronegocios y pequeñas empresas. La gráfica 12 muestra como en el período de análisis de los datos, del total de empresas establecidas en la ZMG aquéllas que son propiedad de mujeres solamente se clasifican como micro y pequeñas empresas.

Gráfica 12
Tamaño de las empresas propiedad de mujeres en la ZMG



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la ENEU y la ENOE.

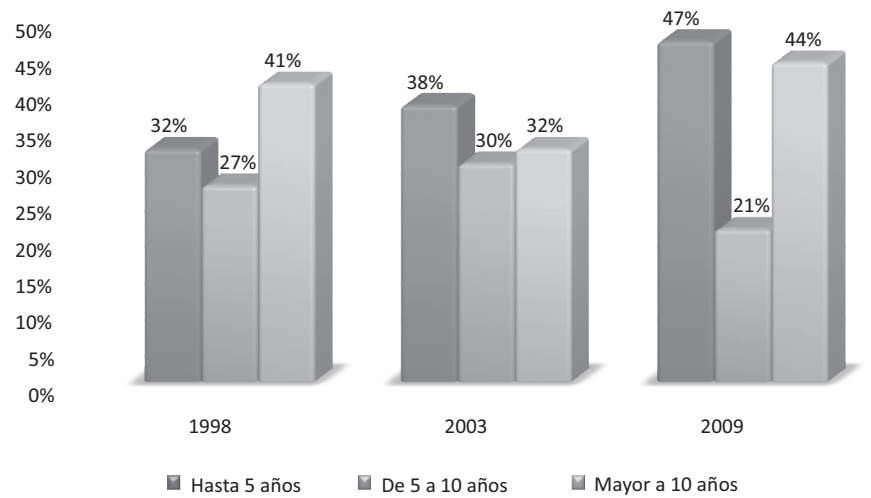
El INMUJERES (2003) atribuye la concentración de las mujeres en los micros y pequeños negocios debido a que se les presenta un menor número de requerimientos y obstáculos, por lo que la flexibilidad en su operación y constitución permite a las mujeres compatibilizar el trabajo extradoméstico con las tareas domésticas, sin embargo, con estos datos se confirma que las empresarias tienen un papel emergente en la economía, en el que si bien es cierto, la aportación económica de sus empresas

se puede clasificar como pequeña, tiene diferentes impactos sociales, por un lado le permite a las empresarias compatibilizar sus diferentes roles, mientras que por el otro genera empleos y es fuente de ingresos para otros hogares.

Tiempo de vida de las empresas de mujeres

Nos preguntamos sí las mujeres tienen un impacto mayor en las empresas de nueva creación, al respecto Zabludovsky (1998) señala que la relativa juventud de las empresas propiedad de mujeres no indica inestabilidad o que su vida sea más corta, agrega que las mujeres, a diferencia de los hombres tienen particular importancia en la creación de nuevas empresas. La Gráfica 13, muestra un comparativo de la antigüedad de las operaciones de las empresas propiedad de mujeres en diferentes años.

Gráfica 13
Tiempo de vida en el mercado de las empresas propiedad de mujeres



Fuente: Elaboración a partir de los datos de Zabludovsky para 1998; INMUJERES para el año 2003 y Antón y Peña para 2009.

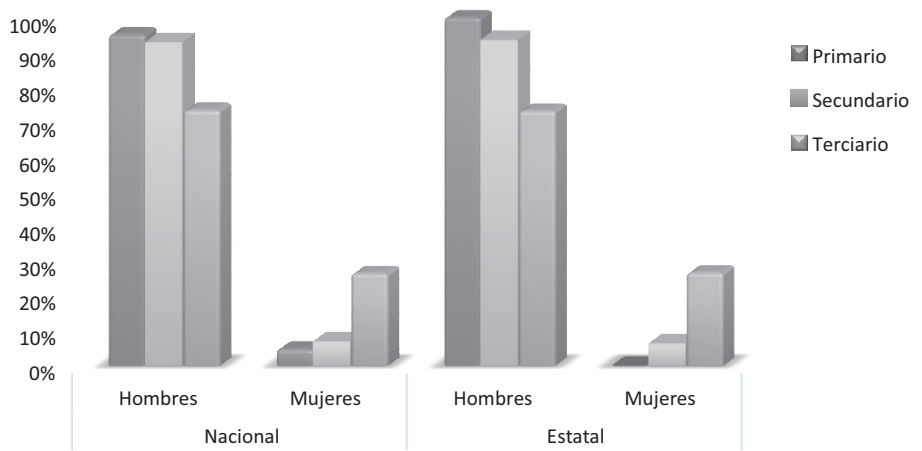
A partir de este gráfico podemos observar el incremento de la creación de empresas propiedad de mujeres. En los tres cortes de información, las empresas con antigüedad de hasta 5 años van en aumento al igual que

las que permanecen más de 10 años. La antigüedad de hasta 5 años de las empresas de mujeres en el mercado laboral, confirma la tendencia de que cada vez más mujeres ven como una alternativa laboral el establecimiento de sus propios negocios. Mientras que la permanencia mayor a diez años confirma que las mujeres están sobreviviendo a las crisis económicas y a los obstáculos que se presentan en el masculinizado mundo empresarial.

Sectores y actividades en las que participan las empresarias

Aunque podemos identificar empresarias en todos los sectores económicos, su presencia es particularmente importante en el sector terciario (Zabludovsky, 1995; Cerda, 2008; y Antón & Peña, 2010). La gráfica 14 muestra la participación de hombres y mujeres empresarios por sector económico, tanto a nivel nacional como estatal, en esta gráfica nuevamente podemos constatar que el entorno empresarial es dominado por hombres, pero la mayor participación de las mujeres como empresarias se identifica en el sector terciario.

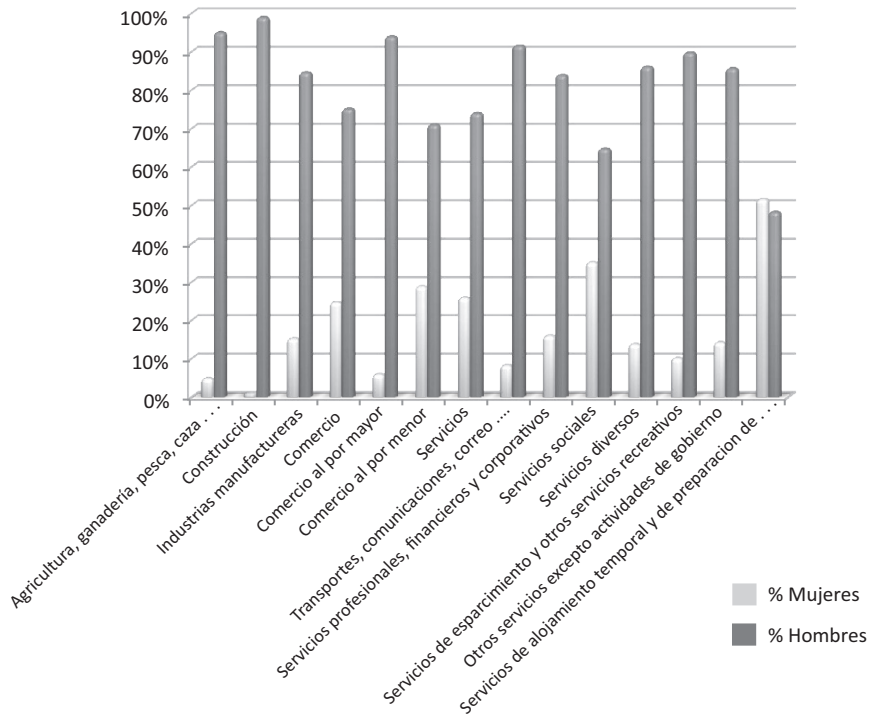
Gráfica 14
Participación de hombres y mujeres empresarios por sector de actividad económica



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la ENOE, tercer trimestre de 2010.

Complementario al dato anterior, la gráfica 15, permite observar que la rama económica denominada servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas, correspondiente al sector servicios de la economía mexicana, es la única en que son más mujeres que hombres quienes son propietarios de una empresa.

Gráfica 15
Ramas de participación económica del sector servicios, por sexo de los propietarios



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la ENOE, tercer trimestre de 2010.

En la ZMG, la tendencia de participación de las mujeres como empresarias es similar. De acuerdo con Cázares (1993), la ZMG concentra un 90% de sus empresas en el sector servicios, lo cual se puede atribuir tanto al dinamismo del comercio y los servicios que se presentan en Guadalajara y su zona metropolitana. En este sentido, la tabla No. 5 muestra los porcentajes de la participación de las empresarias por sector de actividad económica en tercer trimestre del 2010.

Estos resultados confirman la tendencia establecida en investigaciones previas[28]: en el sector primario se mantiene la tendencia de la nula o poco representación de la participación de mujeres empresarias; en el sector secundario se observa la creciente, pero no significativa presencia de empresarias, mientras que en el sector terciario, se concentran la mayoría de mujeres que participan en el ámbito empresarial.

Tabla 5
Distribución de empresarias por sector de actividad económica

Sector Económico	ZMG	Jalisco	México
Primario	**0%**	**0%**	**3%**
Agropecuario	-	-	3%
Secundario	**10%**	**12%**	**17%**
Industria manufacturera	10%	12%	17%
Construcción	-	-	-
Terciario	**90%**	**88%**	**80%**
Comercio	38%	39%	52%
Servicios	52%	49%	28%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la ENOE, tercer trimestre de 2010.

Así, en los tres niveles de análisis de los datos la mayor parte de las empresas propiedad de mujeres se ubican en el sector terciario, el 80% a nivel nacional, el 88% en el Estado de Jalisco y el 90 % en la ZMG. Este hallazgo confirma que si bien es cierto que las mujeres ejercen funciones en un ámbito tradicionalmente reservado para los hombres, como lo es el empresarial, las actividades a las que se dedican sus empresas están aún muy relacionadas con las asignadas tradicionalmente a las mujeres.

[27] Véase los estudios de Véase de Zabludovsky, 1995; Cerda, 2008; y Antón & Peña, 2010.

3. Las mujeres dirigen la cocina: empresarias de la rama restaurantera

Una vez que hemos identificado la participación de las mujeres en el ámbito empresarial y su importancia en las actividades económicas del sector terciario, nos concentraremos en describir la participación de las empresarias de la rama restaurantera en la ZMG, no sin antes hacer una breve contextualización de la historia de los restaurantes en México y el impacto de esta rama de actividad en la economía de la ZMG.

Antecedentes de la industria restaurantera en México

México siempre se ha caracterizado por su riqueza gastronómica, variedad de platillos y recetas. Históricamente estas delicias culinarias eran solamente del deleite de los hogares y las familias que tenían la fortuna de contar con una madre o una abuela que preparara platillos mexicanos, sin embargo, nuestra intención no es rescatar las aportaciones de la comida mexicana a la gastronomía del mundo, sino centrarnos en como los cambios en los hábitos y costumbres alimentarios llevaron a los mexicanos a comer fuera de sus hogares.

Para entender cómo han ido evolucionando los establecimientos de alimentos y bebidas en México, es importante partir desde sus inicios. La historia nos remonta al siglo XVI, en que de acuerdo con la Secretaria de Economía se inicia el negocio de la comida casera en Nueva España, siendo México el primer país de América Latina que reglamenta el negocio público de alojamiento y comida. La primera licencia para instalar un mesón en la ciudad de México con venta de vino, carne y otras cosas necesarias data de diciembre de 1525, donde se autorizó a Pedro Hernández Paniagua para que en su casa pudiera abrir un mesón. Años más tarde, a la clasificación se le añadió el bodegón, la tienda donde se cocinaba y daba de comer viandas ordinarías; la cantina, la fonda, la hostería, la posada, la taberna entre otros. Los viajeros buscaban estos establecimientos para refrescarse y tener algún alimento, sobre todo a orillas de las ciudades, que es donde se ubicaban la mayoría de estos establecimientos.

Pero no fue hasta 1785 que se instaló el primer café en la esquina de Tacuba y Monte Piedad, en la Ciudad de México (Secretaria de Economía, 2008), el cual marcó la pauta para el desarrollo de nuevos establecimientos dedicados al servicio de alimentos, cambiando de nombre según eran los servicios que ofrecían, entre los que se encontraban las fondas y can-

tinas, estas últimas además de servicio de alimentos también incluían alguna diversión a los clientes.

A partir del siglo XIX, las fondas se fueron transformando, adoptaron la palabra francesa de moda "restaurant" que se aplicaba a los comercios dedicados a la venta de alimentos preparados y es de esta forma que, en el año de 1860, inicia el restaurante más antiguo del Distrito Federal llamado La Hostería de Santo Domingo, el cual adquirió fama rápidamente al ser visitado por altos funcionarios, artistas, pintores, escultores y escritores y se consolidó con la llegada de Porfirio Díaz al poder en 1884. La influencia de Francia fue determinante en esta rama, debido a que profesionales de la gastronomía francesa inmigraron a México y favorecieron con esto la importación de nuevos y selectos productos alimenticios. Así, durante el porfiriato, surgieron una serie de restaurantes de abolengo como: La Casa Prendes en 1892 y las tres Fondas Santa Anita.

Para principios del siglo XX la rama restaurantera estaba copada de restaurantes de diferentes nacionalidades, en Guadalajara abría en 1907 el restaurante La Alemana ubicado en el Centro de la Ciudad ofreciendo comida típica de la región como lo son las tortas ahogadas y las milanesas de cerdo. En 1936 fue fundado el Bellinghausen, que fue el primer restaurante en México con comida alemana y pronto tuvo aceptación entre la sociedad por la variedad de sus platillos y porque la gente de clase social alta tenía gusto por la comida europea. Mientras que en 1940 abrieron sus puertas el Tampico Club y el Restaurante Arroyo, todos ellos en el Distrito Federal.

Otro restaurante que marcó una época importante en la ciudad de México fue el Biarritz que inició en el año de 1940, siendo aclamado por sus tortas, los primeros dueños fueron una familia oaxaqueña que pronto lo vendió a unos judíos, quienes pusieron otra sucursal en la colonia Roma (Cano, 2011). En otros estados de la República Mexicana también empezaba a aumentar la demanda de restaurantes típicos de cada estado o de especialidades, un ejemplo de estos es La Fonda de Santa Clara en el estado de Puebla; abrió sus puertas el 13 de Septiembre de 1965 y se hizo famoso por los chiles en nogada y es visitado por turistas, este restaurante en la actualidad sigue siendo uno de los principales atractivos gastronómicos de la ciudad, ha sufrido algunas modificaciones en su infraestructura y cuenta ya con tres sucursales.

En Guadalajara dos restaurantes famosos por sus antojitos típicos mexicanos abrían sus puertas, en 1942 La Chata en el barrio de La Perla (cerca de lo que actualmente es el Instituto Cultural Cabañas), actualmente con dos sucursales y en 1956 La Gorda ubicado en el tradicional

barrio de Santa Teresita, este último se expandiría años más tarde hasta llegar a seis sucursales.

A partir de los años 1970, en toda la República Mexicana, los restaurantes adquirieron mayor auge sobre todo los que se encontraban dentro de los hoteles. En esta misma época, en Monterrey empiezan a surgir establecimientos cuya especialidad era el cabrito. En los años 80´s llegan a México las franquicias de comida rápida y tienen un éxito total. En 1985 se inaugura el primer Mc Donald´s en la ciudad de México, no tardó mucho en llegar a todos los estados de la República Mexicana y posicionarse en las preferencias de la población, sobre todo en la más joven, con el concepto de atraer a los niños con los juegos y juguetes de la famosa cajita feliz, dejando a un lado los establecimientos convencionales. Posteriormente, empiezan a llegar otros restaurantes de comida rápida: Burger King, Kentucky, Subway, entre otros (Durón, 2009).

A partir de la ratificación del tratado de libre comercio entre Estados Unidos, Canadá y México, en 1994, se detona el boom de las franquicias dentro de la industria de los alimentos, permitiendo a los mexicanos tener una amplia gama de marcas y productos de comida rápida, la cual representa un alto porcentaje de ingresos al país. Pese a lo anterior, gran cantidad de la población siguió prefiriendo los restaurantes de servicio completo, es decir, los que ofrecían una variedad mínima de 15 platillos, específicamente los de especialidades, ya sea mariscos, carnes o aves.

La industria de los restaurantes se concebía como una actividad meramente de servicio y de comercio y su desarrollo fue anárquico, por lo que podemos decir que el nacimiento de esta actividad careció de toda planeación tanto desde el punto de vista económico como jurídico, y no fue sino hasta el 12 de octubre de 1948 que un grupo pequeño de restauranteros se reúnen para fundar la Asociación Mexicana de Restaurantes (AMR) y posteriormente otro grupo de restauranteros se organizan para fundar en 1958, la Cámara Nacional de la Industria de productos alimentación y condimentados (CANIPAC) que actualmente es conocida como la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC), cuyo objetivo es representar al sector restaurantero como interlocutor reconocido ante las autoridades gubernamentales, así como ante las instituciones privadas nacionales y extranjeras que se relacionan con esta rama de actividad económica.

La CANIRAC es una institución de interés público, autónoma, de duración indefinida, con personalidad jurídica y patrimonio propios, sin fines de lucro que representa, integra, educa, promueve y defiende los intereses y derechos de los establecimientos formales que preparan y venden ali-

mentos en todo el país. Surge como órgano rector del sector restaurantero, con carácter nacional, el 28 de octubre de 1958. Está integrada por 136 delegaciones: 120 municipales, 16 distritales (en el Distrito Federal) y una sección de cadenas de restaurantes con autorización de la Secretaría de Economía para operar en todo el país. Además, tiene la representación empresarial de 420,000 restaurantes formalmente establecidos en toda la república, ante autoridades federales, estatales y municipales.

De estos restaurantes, el 95% son micro, pequeñas y medianas empresas, y de acuerdo con los datos proporcionados por la Secretaria de Economía, la industria restaurantera genera 1,300,000 empleos directos y 3,350,000 empleos indirectos. Representa el 1.4% del PIB Nacional y cerca del 12.5% del PIB Turístico. Para el estado de Jalisco, esta rama de actividad económica contribuyó con el 44.4% del PIB manufacturero correspondiente al 2012, lo que representa 8,394 unidades económicas, de las cuales el 98.6% de las empresas del sector afiliadas a la Cámara son microempresas que generan 116,452 empleos directos y la industria es la tercera mayor exportadora en Jalisco, con 1,247 millones de dólares, aportando un 11.53% de la producción nacional de este sector (Romo, 2012b).

Sin embargo, no todo ha sido miel sobre hojuelas para la rama restaurantera en el estado, de acuerdo con la CANIRAC, durante los últimos años esta rama ha tenido momentos difíciles que se traducen en amenazas para la sobrevivencia de los negocios, la recesión económica mundial, la implementación de la leyes antitabaco, la inseguridad, las alertas sanitarias, como la declarada en 2009 por la Influenza AH1N1, y el operativo salvando vidas, han tenido impactos inmediatos en la caída de las ventas de esta rama económica (CANIRAC, 2014). Pero a pesar de estas contrariedades en la industria restaurantera, el presidente de la CANIRAC delegación Jalisco, Juan José Tamayo Dávalos, afirmó que Guadalajara presenta grandes oportunidades para incursionar en la industria restaurantera, ya que se le conoce como la capital gastronómica y se ha convertido en un referente nacional e internacional por el nivel que ha alcanzado, incluso señala que "Muchos chefs voltean a ver esta zona metropolitana para invertir y poner su propio negocio" (*El informador*, 2013).

Caracterización de la rama restaurantera

Actualmente los servicios de alimentos y bebidas son un gran negocio. Los restaurantes tuvieron un gran auge después de la Segunda Guerra Mun-

dial, debido a que las personas con posibilidades económicas adquirieron la costumbre de comer fuera de casa, razón por la cual los restaurantes se han convertido en una opción de negocios por la alta rentabilidad de los mismos (Lundberg y Walker, 1993). La reestructuración de la fuerza laboral se encuentra entre los principales factores que han contribuido con el crecimiento de la rama restaurantera en la economía por la: 1) incorporación de las mujeres a la vida productiva, las cuales vieron en la opción de comer fuera de casa una alternativa para disminuir la complejidad de sus tareas en el hogar; y 2) el incremento del ingreso en los hogares ante la incorporación de la mujer a la fuerza laboral ha permitido a las familias realizar un mayor número de comidas fuera de casa.

La rama restaurantera en México se ha convertido en una parte central de la economía y de la vida cotidiana de su población. Se estima que en la actualidad el 45% de la población come fuera del hogar más de una vez a la semana y el 15% come en fondas o restaurantes más de 5 veces a la semana (Mitofsky, 2008). En México existen 392, 242 restaurantes, con una participación en el PIB del 4%; producen 1,743,482 fuentes de trabajo directos e indirectos, lo que representa cerca del 8% de la población económicamente activa del país (INEGI, 2009). Esta industria, además, impacta en 63 de las 80 ramas productivas nacionales al demandar insumos de dichos sectores (Sánchez et al. s/f), tales como la agricultura, la ganadería y los servicios indirectos.

No obstante, los servicios de la rama restaurantera no sólo se dirigen al mercado económico interno. Representan una significativa derrama económica que proviene del turismo internacional. De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo, México es uno de los diez destinos turísticos más importantes del mundo. Durante el año 2010 se recibieron casi 24 millones de turistas internacionales, con una derrama económica de más de 6,400 millones de dólares (Secretaria de Turismo, 2010), en donde la rama restaurantera representa casi el 15% del PIB Turístico y se ha convertido en un atractivo natural para los visitantes internacionales (Secretaria de Economía, 2010).

Aunada a la aportación que la rama restaurantera hace a la economía nacional y estatal, ésta rama ha sido fundamental para el desarrollo gastronómico y culinario del país. La comida del estado de Jalisco, es famosa en gran medida porque está íntimamente vinculada con otras tradiciones que le han dado prestigio al Estado, conserva ingredientes utilizados en el pasado indígena y se complementa con los encuentros que han tenido lugar en estas pródigas tierras a lo largo de los años (Secretaria de Economía, 2010). La cocina tradicional de Jalisco incluye entre sus platillos

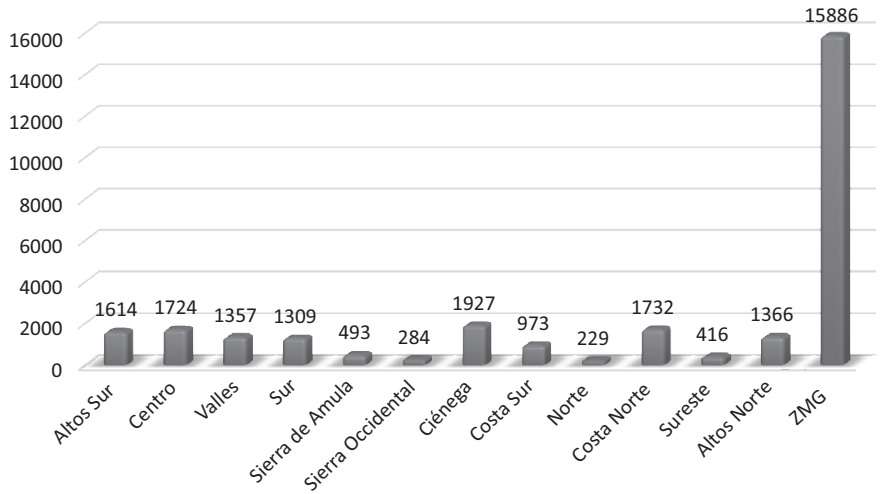
las tortas ahogadas, el pozole y la birria, los cuales son una clara muestra del mestizaje entre los indígenas y los colonizadores hispanos. Durante el siglo XIX, franceses e ingleses, atraídos por el comercio y otros menesteres de la región, influyeron en la preparación de menús servidos en las mesas de las casas solariegas, como parte de las tertulias acostumbradas por aquellos días. Sin embargo, fue más persistente la tradición popular y hoy la comida jalisciense ofrece un menú que se antoja nacido con las fiestas y las verbenas.

Actualmente podemos encontrar una gran diversidad en la oferta alimenticia que van desde taquerías en el mercado formal e informal, establecimientos de comida rápida, fondas y hasta restaurantes con menús de mayor especialización. En este punto, consideramos importante mencionar que la participación económica de los restaurantes no solo tiene un lugar a nivel nacional, estados como el Distritito Federal, Jalisco, Veracruz, Puebla y el Estado de México se caracterizan por tener un sector restaurantero especialmente atractivo (INEGI, 2009).

En este sentido, la rama de restaurantes y hoteles tiene una importante participación en la economía de Jalisco (Valencia, 1998), a tal grado, que el estado mantiene el segundo lugar en generación de ingresos en esta rama y sólo es superado por el Distrito Federal (INEGI, 2009), lo cual puede atribuirse tanto a su desarrollo turístico –especialmente- en Guadalajara y Puerto Vallarta, así como a su variedad gastronómica (Barros, 2008). La mayor parte de los establecimientos dedicados a la rama restaurantera se concentran en la ZMG (Barajas, 2010). De los 27,637 establecimientos que se ubican en el estado, 15,886 se encuentran concentrados en la ZMG, generando 75,496 fuentes de empleo (SEIJAL, 2010). La gráfica 16 muestra el número de restaurantes por zona geográfica del estado de Jalisco.

En esta gráfica se observa cómo el 54% de los restaurantes se encuentran ubicados en los municipios que conforman la Zona Metropolitana de Guadalajara. De acuerdo con el SEIJAL (2010) de estos 15,886 establecimientos 14,538 se encuentran concentrados en Guadalajara, Zapopan, Tonalá y Tlaquepaque, lo que resalta la participación de estos cuatro municipios, sobre el resto de los que conforman la ZMG.

Gráfica 16
Unidades económicas de la rama restaurantera en el estado de Jalisco



Fuente: Elaboración propia a partir de los Indicadores económicos 2010 del SEIJAL.

En esta gráfica se observa cómo el 54% de los restaurantes se encuentran ubicados en los municipios que conforman la Zona Metropolitana de Guadalajara. De acuerdo con el SEIJAL (2010) de estos 15,886 establecimientos 14,538 se encuentran concentrados en Guadalajara, Zapopan, Tonalá y Tlaquepaque, lo que resalta la participación de estos cuatro municipios, sobre el resto de los que conforman la ZMG.

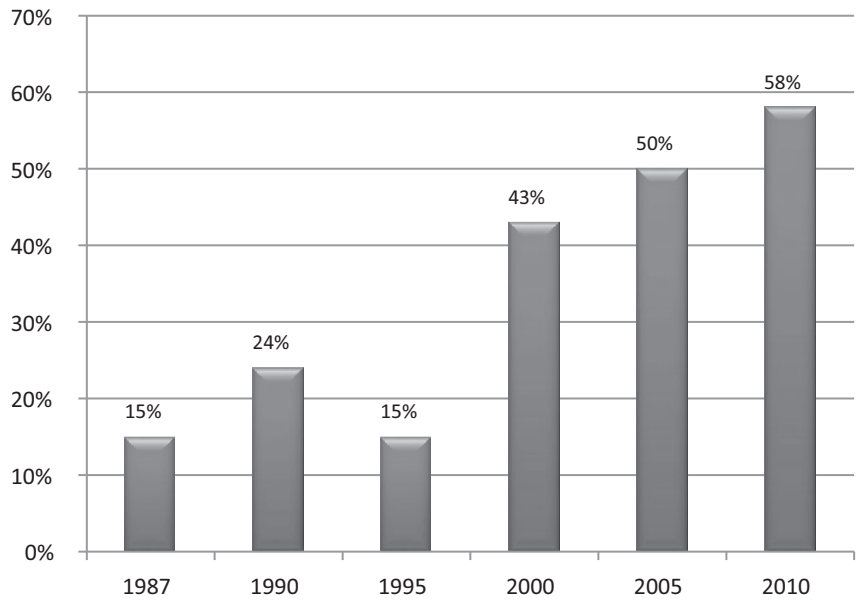
Empresarias de la rama restaurantera en la ZMG

Como se ha comprobado, la rama restaurantera del sector servicios se ha convertido en un nicho para el empleo femenino, las condiciones dinámicas de la rama restaurantera parecen facilitar la incorporación de las mujeres como empresarias. En México existen un total de 215,086 empleadores en esta rama de los cuales el 52% son mujeres, mientras que en el estado de Jalisco la participación de las empresarias en esta rama disminuye cuatro puntos porcentuales, por lo que el 48% de los restaurantes en Jalisco son propiedad de mujeres. Sin embargo, al analizar la cantidad de empresarias restauranteras de la ZMG, identificamos que

el 58 % de los establecimientos de la rama son propiedad de mujeres. A partir de estos datos podemos inferir que, de las 16,922 empresas restauranteras ubicadas en el estado de Jalisco, el 44% de los empleadores de la rama en el estado son mujeres y sus empresas se ubican mayormente en la ZMG (ENOE, 2010).

Así, la gráfica 17 da testimonio de cómo la participación de las empresarias de la ZMG se ha consolidado en la rama restaurantera y a partir del año 2000 ha mostrado un crecimiento constante. Para el año 2010, seis de cada diez empresarios que participan en la rama restaurantera de la ZMG son mujeres.

Gráfica 17
Empresas de mujeres en la rama restaurantera de la ZMG



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la ENEU y la ENOE.

La tabla 6 muestra cómo ha crecido el número de mujeres que inician sus actividades empresariales en la rama restaurantera. En esta tabla se observa un comportamiento similar al del resto de las ramas y sectores económicos (ENOE, 2010), mientras que en el año 2000 en Jalisco 347 mujeres iniciaban su actividad económica en la rama restaurantera, para el año 2009 eran 1,968 mujeres las que abrían una empresa en esta rama.

Tabla 6.
Año de inicio de actividades de las mujeres dueñas de restaurantes

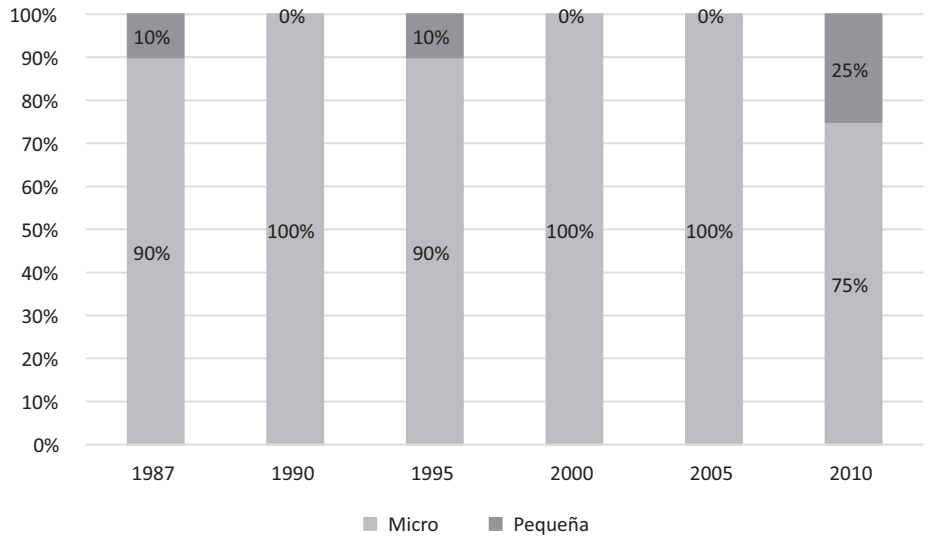
Año	Empresas propiedad de mujeres
2009	1,968
2008	776
2007	1,164
2006	482
2005	449
2004	ND
2003	359
2002	ND
2001	ND
2000	347

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del tercer trimestre de la ENEU para el periodo comprendido de 2000 a 2004 y la ENOE de 2005 a 2009.

No obstante, creemos que la consolidación de las empresas restauranteras en la ZMG se enfrenta a un inestable y cambiante mercado de consumo. Romo (2012), señala que ocho de cada diez restaurantes cierran sus puertas antes de cumplir dos años de operación, debido a factores como falta de capacitación y el elevado costo en la renta de locales, además de los problemas económicos y de inseguridad que se han traducido en una disminución de los clientes, por lo que esta inestabilidad de las empresas, tiene relación con el giro y tamaño de la empresa pero no con el sexo de sus propietarios, que como se ha dicho, en su mayoría los negocios de comida son propiedad de mujeres.

Con respecto al tamaño de las empresas restaurantera propiedad de mujeres en la ZMG, al igual que en el resto del país e indistintamente del sexo del propietario como lo analizamos en párrafos anteriores, los restaurantes de mujeres son generalmente clasificados como pequeños en términos de empleo. La gráfica 18 muestra el tamaño de las empresas propiedad de mujeres en los últimos años.

Gráfica 18
Tamaño de las empresas restauranteras propiedad de las mujeres



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la ENEU y la ENOE.

Como lo hemos mencionado en este documento, lo relacionado de las actividades de la rama restaurantera con las funciones asociadas al género femenino, parecen facilitar la incorporación de las mujeres como empresarias. En los siguientes párrafos identificaremos el perfil de las mujeres empresarias mexicanas de la rama restaurantera a partir de la comparación de algunos datos estadísticos. Como parte del perfil de estas empresarias, analizaremos tanto sus características sociodemográficas como su nivel de instrucción y experiencia laboral.

Participación de las mujeres en la CANIRAC

Somos conscientes de que la incursión de las mujeres a la vida empresarial no se ha visto reflejada en la representatividad de las organizaciones empresariales. De acuerdo con Zabludovsky (2007), la falta de presencia de mujeres en los cargos de presidencia de los organismos empresariales se vuelve evidente, ya que se han caracterizado por un liderazgo masculino, por lo tanto, no podemos pasar por alto, el reflexionar sobre la

poca o nula participación de las mujeres en la Cámara de la Industria Restaurantera (CANIRAC), en la que a pesar de que en el estado de Jalisco de los 1,801 propietarios de empresa registrados como socios, el 28% son mujeres su representación en la Cámara no es proporcional al número de socias.

Al respecto, Martínez (2004) señala que la ausencia de mujeres en cargos representativos de alta jerarquía de organismos empresariales, puede atribuirse a dos cuestiones fundamentales: 1) la presencia de las empresas propiedad de mujeres no tiene el peso económico suficiente, por lo que la cúpula no las considera candidatas a un puesto de dirección; y 2) las mujeres empresarias no se han caracterizado por una participación relevante en la vida orgánica de estas estructuras. Sin embargo, los esfuerzos de las mujeres empresarias mexicanas por verse incluidas en un mundo considerado como masculino se han traducido en la integración de organizaciones empresariales y redes sociales de mujeres. Creemos que una característica presente en muchas de las mujeres empresarias miembros de estas organizaciones, es la convicción de pertenecer a un mundo tradicionalmente dominado por hombres que les permita ganar espacios de toma de decisión .

Otro punto de reflexión del porque las empresarias restauranteras no participan en estos organismos de decisión pública, nos lleva a pensar en los obstáculos de género latentes en las organizaciones empresariales cúpula, esta nueva identidad femenina de las empresarias, genera conflictos entre la concepción de roles tradicionales por no comprender estas nuevas formas de asumir el papel de madre/esposa/empresaria. Incluso podemos suponer que la administración simultánea que requieren las empresas restauranteras y el hogar, representa una desventaja para las empresarias, ya que además de los retos que implican estas actividades en lo individual, ellas tienen que buscar armonizar sus responsabilidades laborales y familiares, por lo que el participar en diseño de políticas empresariales para la rama es una parte del desarrollo profesional que no tienen considerado.

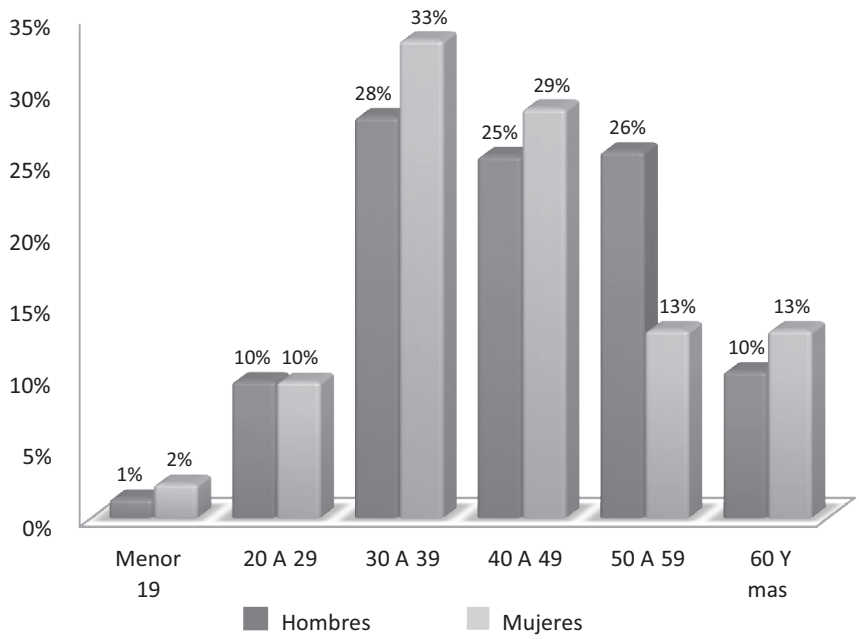
4. Perfil de las empresarias restauranteras de la ZMG

Como parte del perfil de las mujeres empresarias de la rama restaurantera, discutimos brevemente las características sociodemográficas de las empresarias de la ZMG. Analizamos su edad, estado civil, números de hijos, nivel de instrucción, dedicación a la jornada laboral y nivel de in-

gresos. Contrastamos de manera general esta información tanto con el comportamiento nacional y el estado de Jalisco como con los hombres que tienen una empresa en esta rama de actividad. Consideramos importante analizar estas variables, ya que determinan con claridad de quién estamos hablando cuando nos referimos a las empresarias restauranteras mexicanas, sujetas de estudio de nuestra investigación.

En la gráfica 19 se muestran los rangos de edad tanto de hombres como mujeres que son propietarios de una empresa restaurantera, en la cual podemos observar que hasta antes de cumplir los treinta años, es proporcional el número de hombres y mujeres que tienen un restaurante, sin embargo al llegar a los rangos de edad entre los 30 y 49 años de edad,

Gráfica 19
Rangos de edad de hombres y mujeres empresarias de la rama restaurantera en la ZMG



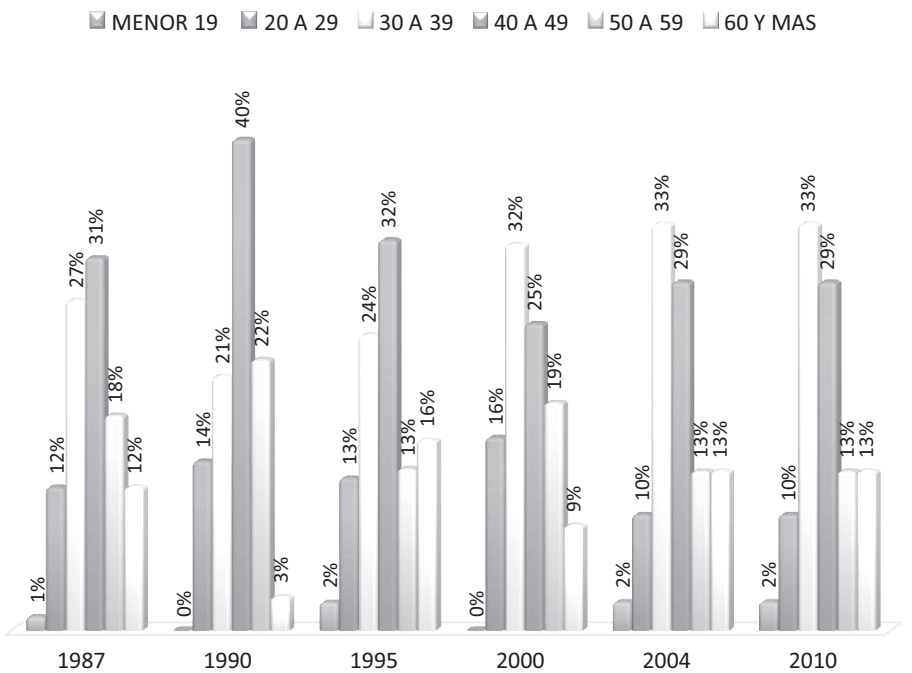
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la ENEU y la ENOE.

son mayormente las mujeres quienes son propietarias de un restaurante, disminuyendo considerablemente a partir de los 50 años la participación

de las empresarias en esta rama económica. En este sentido, de acuerdo con los datos estadísticos se puede inferir que las mujeres propietarias de un restaurante se encuentran en edad reproductiva y su aporte económico al hogar permite mejorar la calidad de vida de los miembros de la unidad doméstica, información que se contrasta con el análisis del estado civil de las empresarias restauranteras.

Los datos sobre los rangos de edad que se analizan en la gráfica 19 se pueden confirmar de manera histórica, la gráfica 20 muestra como desde 1987 los dos rangos de edad de las mujeres entre 30 y 49 años de edad, son quienes participan mayoritariamente como propietarias de un negocio de alimentos, lo que confirma que las empresarias restauran

Gráfica 20
Histórico del rango de edad de las empresarias restauranteras de la ZMG



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la ENEU y la ENOE.

teras de la ZMG desempeñan un doble papel, por un lado se encuentran en etapa reproductiva, al cuidado de los hijos, miembros de la familia y

desempeñando las actividades tradicionales del hogar, mientras que por el otro se enfrentan al masculinizado mundo empresarial.

Esta situación se confirma en los niveles nacional y estatal. En la tabla 7 se muestran los porcentajes de mujeres empleadoras de la rama restaurantera por rango de edad a nivel nacional, en el estado de Jalisco y la ZMG respectivamente, en donde podemos observar que los porcentajes son similares en los tres niveles de análisis, sin embargo al considerar el rango de edad entre 30 y 49 años, nos encontramos que el 61% de las empresarias restauranteras de la ZMG, se coloca dos puntos porcentuales por encima que el valor estatal y ocho por ciento arriba del valor nacional.

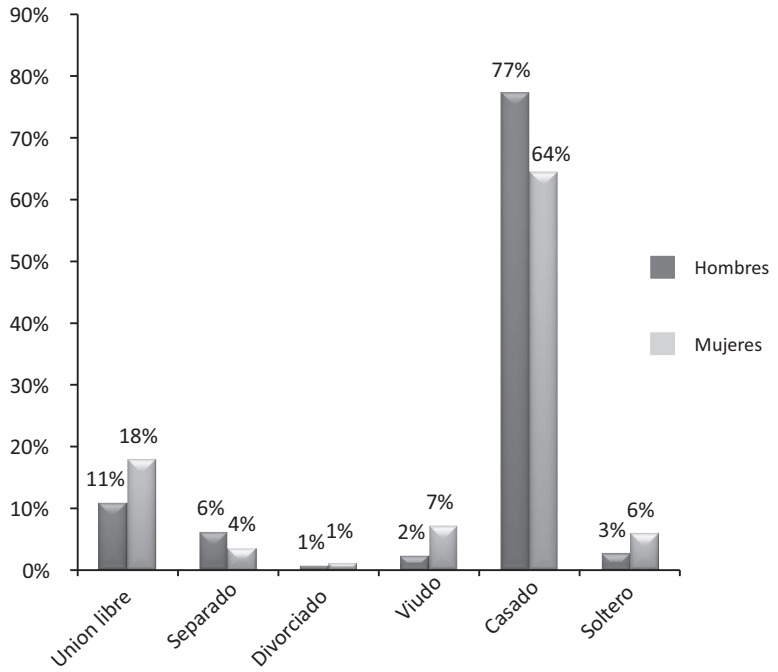
Tabla 7
Empresarias de la rama restaurantera por rango de edad

Rango de Edad	Nacional	Jalisco	ZMG
14 a 19 años	1%	0%	0%
20 a 29 años	6%	4%	5%
30 a 39 años	16%	24%	22%
40 a 49 años	27%	35%	39%
50 a 59 años	39%	19%	21%
60 años y más	10%	18%	13%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del tercer trimestre de 2010 de la ENOE.

Con respecto al estado conyugal de los empresarios de la rama restaurantera de la ZMG, nos encontramos con que más del 80% son casados o viven en unión libre y menos del 20% se encuentra sin cohabitar con una pareja como se muestra en la gráfica 21, indistintamente de su sexo, con lo que se puede inferir que tanto hombres como mujeres forman parte de unidades domésticas y se encuentran dentro de alguna etapa del ciclo de vida reproductivo.

Gráfica 21
Estado civil por sexo de los empresarios restauranteros de la ZMG.

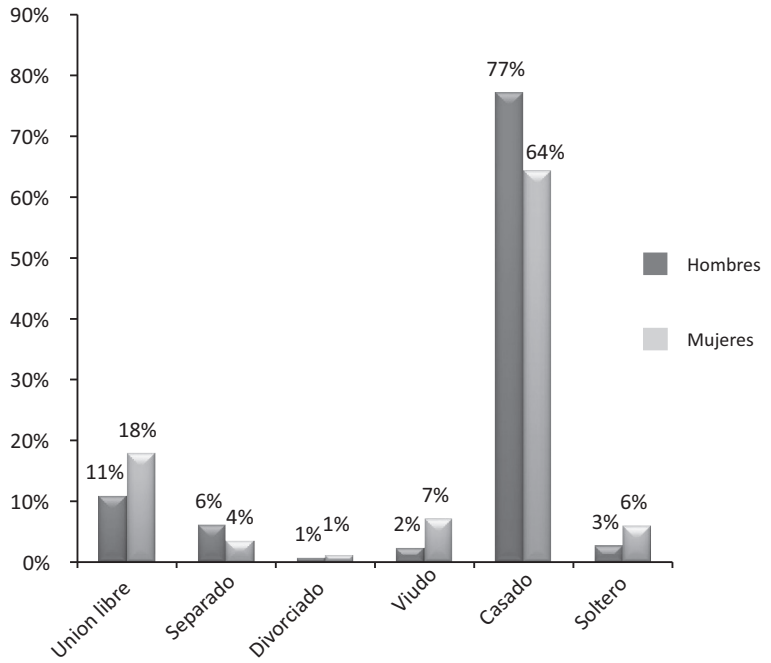


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del tercer trimestre de 2010 de la ENOE.

Con respecto al estado civil histórico de las empresarias restauranteras de la ZMG, la gráfica 22 muestra como en todas las fechas de corte de nuestro análisis, más del 50% de las empresarias tiene vida en pareja (casada o en unión libre), teniendo menor presencia como empresarias restauranteras las mujeres viudas o divorciadas, mientras que la participación de las mujeres solteras muestra una disminución en su participación como empresarias en esta rama de actividad.

Los datos de edad y estado civil de las mujeres empresarias de la rama restaurantera de la ZMG son consistentes con la información presentada por Antón y Peña (2010), Cerda (2008), INMUJERES (2003), Lieve (2000) y Zabludovsky (1998), en donde estas autoras establecen que: 1) el rango de edad predominante en las empresarias comprende los 30 a 49 años; y 2) la mayoría de las mujeres empresarias están casadas o unidas.

Gráfica 22
Histórico del estado civil de las empresarias restauranteras de la ZMG



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la ENEU y la ENOE.

Los datos de edad y estado civil de las mujeres empresarias de la rama restaurantera de la ZMG son consistentes con la información presentada por Antón y Peña (2010), Cerda (2008), INMUJERES (2003), Lieve (2000) y Zabludovsky (1998), en donde estas autoras establecen que: 1) el rango de edad predominante en las empresarias comprende los 30 a 49 años; y 2) la mayoría de las mujeres empresarias están casadas o unidas.

En nuestro análisis decidimos incluir un cruce entre estas dos variables, la tabla 8 muestra el porcentaje de mujeres empresarias por estado civil y rango de edad, en donde identificamos que el mayor porcentaje de empresarias restauranteras están casadas y tiene entre 40 y 49 años de edad.

Tabla 8
Empresarias de la rama restaurantera de la ZMG
por rango de edad y estado civil

Rango de edad/ Estado conyugal	Soltera	Casada	Unión libre	Separada	Divorciada	Viuda
20 a 29 años	0%	0%	5%	0%	0%	0%
30 a 39 años	0%	12%	5%	5%	0%	0%
40 a 49 años	0%	31%	0%	8%	0%	0%
50 a 59 años	9%	10%	5%	5%	0%	5%

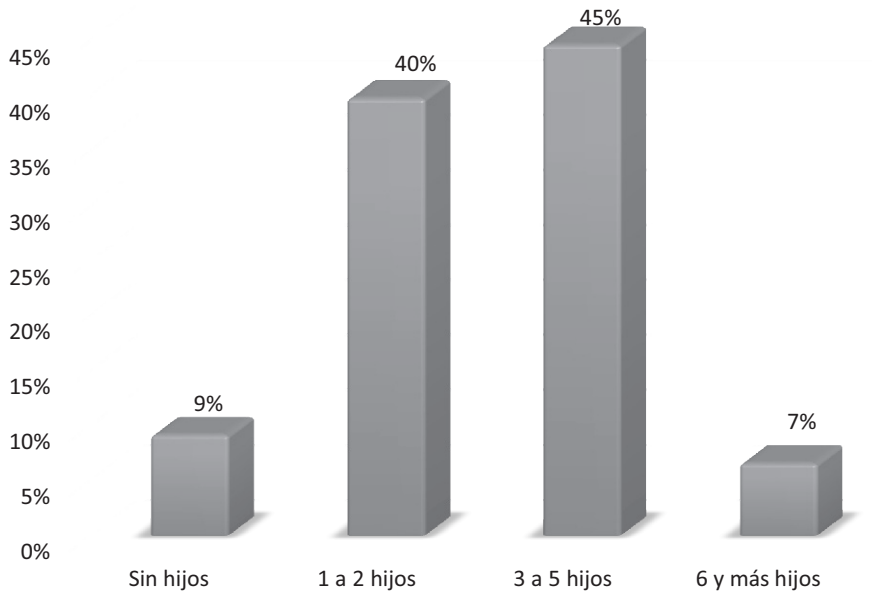
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del tercer trimestre de 2010 de la ENOE.

También se encontró que más del 50% de las empresarias restauranteras se concentra en un rango de edad y un estado civil a partir del cual se puede intuir que las mujeres sujetas de estudio de esta investigación podrían encontrarse en una etapa de expansión dentro de sus ciclos de vida, por lo que consideramos importante revisar el número de hijas o hijos vivos que tienen las empresarias de ésta rama.

La gráfica 23 muestra los datos recabados por la ENOE durante el tercer trimestre del 2010 con relación a la cantidad de hijos que tienen las mujeres empleadoras restauranteras de la ZMG, en donde el 40% tiene entre 1 y 2 hijos y el 45% de 3 a 5 hijos, mientras que las mujeres con más de 6 hijos y sin hijos ocupan un porcentaje menor al 10%.

A partir de los datos de edad, estado civil, número de hijos y de acuerdo con lo establecido por el INEGI en 2008, en donde señala que el 98% de las mujeres indistintamente de su situación conyugal participan en las actividades domésticas del hogar, pensamos que las empresarias tienen que compatibilizar su actividad empresarial con la organización familiar; por un lado, se encuentran en etapa de vida reproductiva, realizando actividades domésticas que implican la administración del hogar y la crianza y cuidado de los hijos y por el otro, participan en la vida productiva como responsables de una unidad empresarial, por lo que a continuación daremos una mirada al uso del tiempo de las empresarias, para llegado el momento del análisis cualitativo podamos describir las estrategias de nuestras sujetas de estudio para conciliar su vida familiar con la laboral.

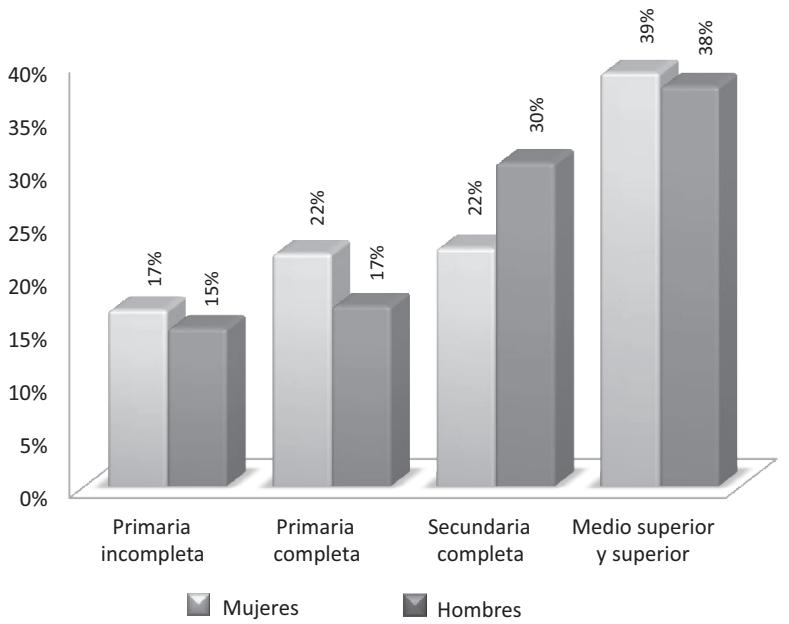
Gráfica 23
Número de hijos o hijas por empresaria de la rama restaurantera de la ZMG



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del tercer trimestre del 2010 de la ENOE.

Así, la gráfica 24 muestra la duración de la jornada de trabajo de las mujeres empleadoras de la rama restaurantera de la ZMG, en donde nos encontramos con que el 42% pasan más de 48 horas a la semana dedicadas al trabajo, por lo que creemos que le dedican a sus restaurantes un tiempo superior al que le dedicarían a una jornada de trabajo como empleadas, en este sentido, intuimos nuevamente que las empresarias de esta rama, ven en la propiedad de su negocio no sólo un medio de subsistencia, sino tal vez, una posibilidad de desarrollo profesional o incluso podemos pensarlo como una alternativa ante los obstáculos y discriminaciones que se presentan en el mercado laboral; o que si bien es cierto, a pesar de que es mayor el tiempo de dedicación, ellas administran los horarios y los tiempos en que compaginan las actividades del hogar con sus actividades empresariales.

Gráfica 24
Jornada de trabajo de las empresarias de la rama restaurantera

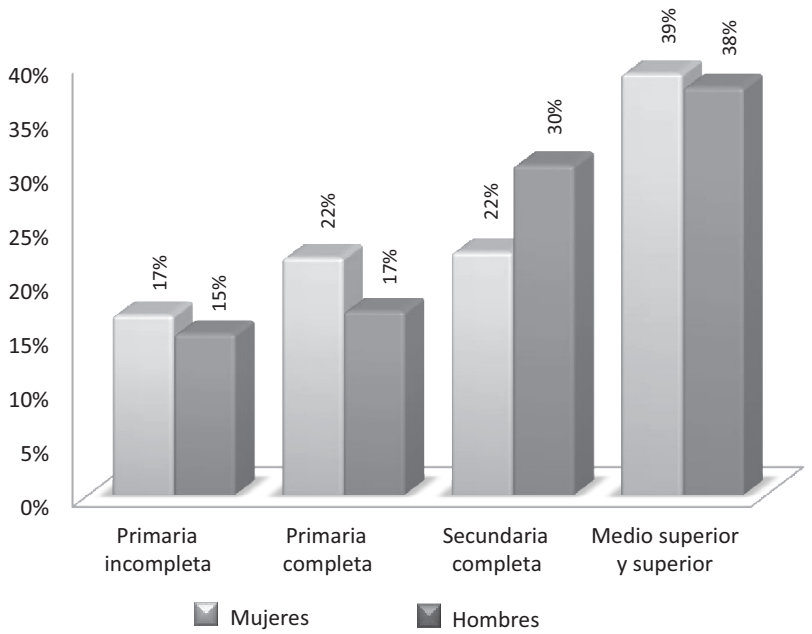


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del tercer trimestre del 2010 de la ENOE.

Otro aspecto que incluimos como parte del análisis de las empresarias de la rama restaurantera, es el nivel de instrucción. Al comparar el grado de estudios entre hombres y mujeres que son propietarios de una empresa dentro de la rama restaurantera del Estado, se encontró que casi el 40%, tiene estudios de nivel medio superior y superior, siendo la diferencia de uno por ciento a favor de las mujeres. La principal diferencia entre el nivel de estudios de hombres y mujeres de esta rama económica radica en la educación básica, donde un 8% de hombres tiene mayor acceso a los estudios de secundaria mientras que el 39% de las mujeres se ubican con nivel de estudios máximos de primaria completa o inferiores.

Sin embargo, en este factor nos encontramos con una variante con respecto a los datos observados para el total de mujeres empleadoras en México. Mientras, que el 39% del total de mujeres empleadoras en México y Jalisco y el 42% en la ZMG tienen nivel de instrucción medio superior y superior (ENOE, 2010), en la rama restaurantera se observa que el nivel de instrucción es menor que el de las empleadoras en otras ramas.

Gráfica 25
Nivel de estudios de hombres y mujeres empresarias de la rama restaurantera

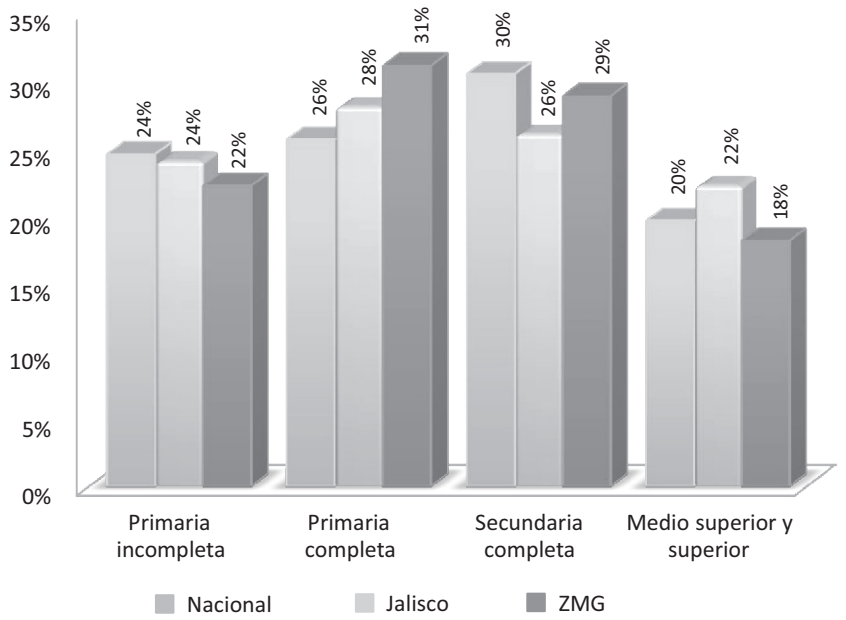


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del tercer trimestre del 2010 de la ENOE.

Sin embargo, en este factor nos encontramos con una variante con respecto a los datos observados para el total de mujeres empleadoras en México. Mientras, que el 39% del total de mujeres empleadoras en México y Jalisco y el 42% en la ZMG tienen nivel de instrucción medio superior y superior (ENOE, 2010), en la rama restaurantera se observa que el nivel de instrucción es menor que el de las empleadoras en otras ramas. Es importante mencionar, que a partir de los datos estadísticos descritos en este capítulo, se detectó la necesidad de incluir casos de estudios que reflejen a una parte representativa de las mujeres empresarias de la rama restaurantera, por lo que como resultado del trabajo de campo, se identificó que algunas razones que tienen las mujeres para incorporarse a esta rama de actividad económica, es debido a que implica una inversión menor e incluso se considera como una posibilidad de negocio que permite a las mujeres que no tuvieron acceso a la educación formal, el extender sus actividades del hogar como un medio de subsistencia.

La gráfica 26 muestra como el 20%, 22% y 18% en México, Jalisco y la ZMG. respectivamente, tienen estudios de nivel medio superior y superior, por lo que las mujeres empresarias de la rama restaurantera presentan menores niveles de formación que el resto de empresarias, ya que el grueso del empresariado femenino de la rama en cuestión se concentra entre la primaria y la secundaria completa. En el caso particular de la ZMG, identificamos que el 31% de empresarias restauranteras solamente terminó la escuela primaria y el 29% tiene formación básica concluida.

Gráfica 26
Nivel de instrucción de las empresarias de la rama restaurantera

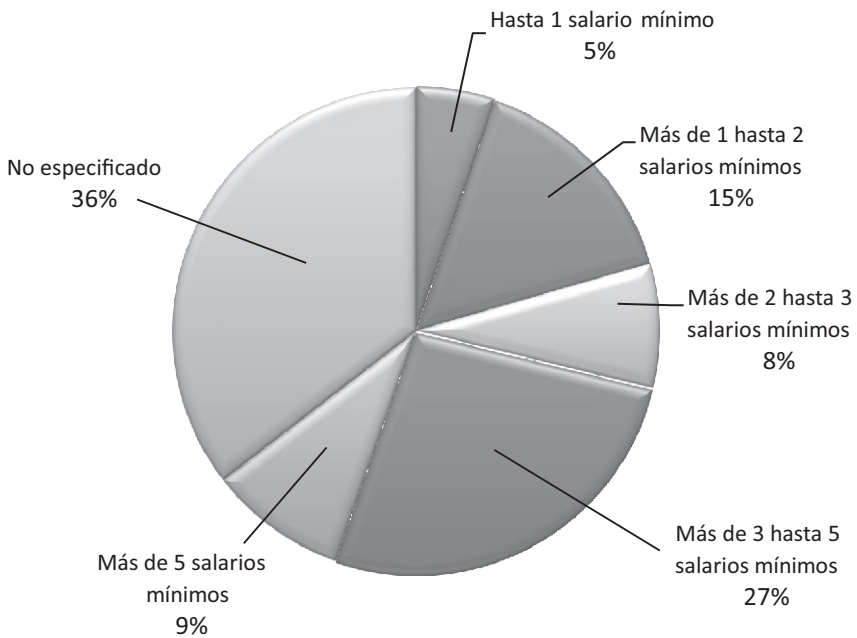


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del tercer trimestre del 2010 de la ENOE.

Finalmente, como parte del perfil de las empresarias restauranteras decidimos incluir el nivel de ingresos como un elemento para el análisis de su perfil sociodemográfico, en la gráfica 27 se observa que el 27% de las empresarias reporta un ingreso que va de tres a cinco salarios mínimos, mientras que el 5% gana más de 5 salarios mínimos. Desafortunadamente el 36 % de las empresarias no especifico el monto de sus ingresos, nosotras creemos que esta ausencia de información se debe a factores tales

como: miedo de proporcionar esta información ante la creciente ola de inseguridad que se vive actualmente en México y por lo tanto volverse blanco del crimen organizado; por temor a que la información proporcionada al INEGI, pueda ser utilizada con fines de recaudación fiscal; e incluso por la falta de organización en los ingresos de algunos restaurantes que no les permite tener claro el monto de sus ventas, porque de tomar como absolutos los valores de la gráfica, nos llevaría a suponer que los niveles de ingresos de este 27% de empresarias que percibe entre 3 y 5 salarios, no se diferencian mucho de los ingresos de una trabajadora subordinada y a su vez confirman la idea de que las empresas restauranteras propiedad de estas mujeres son consideradas micro y pequeñas empresas.

Gráfica 27
Ingresos de las empresarias de la rama restaurantera



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del tercer trimestre del 2010 de la ENOE.

De los datos estadísticos podemos concluir que las empresas restauranteras que se ubican en la ZMG indistintamente del sexo de su propietario son micro o pequeños negocios, es decir, tienen entre uno y diez tra-

bajadores, a excepción de aquéllas franquicias o cadenas de restaurantes que mantienen una sola denominación o nombre corporativo.

Con respecto a su perfil, la mayor parte de las empresarias son casadas o unidas y tienen hijas o hijos, su edad oscila entre los 30 y 49 años de edad, por lo que requieren hacer compatible la actividad empresarial con las responsabilidades domésticas y familiares, en este sentido, las restauranteras al igual que el resto de empresarias, tienen que buscar las formas y los medios para resolver el cotidiano de su vida privada, es decir, que arreglos familiares o con un tercero tienen que llevar a cabo, para cuidar a sus hijos, preparar la comida, limpiar la casa y a su vez hacer frente a una unidad de actividad económica, ya que su perfil estadístico nos permite ubicar a estas mujeres en edad reproductiva.

Por otro lado, nos encontramos con que el grado de instrucción académica, ubica a las mujeres empresarias de la rama restaurantera por debajo de la media con respecto del resto de empresarias. El nivel de estudios de las restauranteras se coloca mayormente en el nivel de primaria, por lo que las empresarias de esta rama son una excepción de lo descrito por Antón y Peña (2010), quienes señalan que tanto los hombres como las mujeres empleadoras poseen características similares en cuanto al nivel de escolaridad, colocándolos en los niveles de instrucción medio y medio superior. No obstante, los datos estadísticos sobre el nivel educativo máximo que han cursado las mujeres restauranteras, se replica en los varones, por lo que creemos que sí el dato del nivel de estudios de los propietarios de empresa de esta rama de actividad económica se encuentra por debajo de la media nacional, no está vinculada al sexo, sino a la naturaleza de las propias actividades que se demandan en la elaboración y preparación de alimentos de las micro y pequeñas empresas restauranteras.

Con los datos estadísticos obtenidos por el INEGI, podemos identificar que el nivel de ingresos de las empresarias de la rama restaurantera es bajo, por lo que al analizar tanto el nivel de ingresos como el tiempo que dedican a su jornada laboral, podemos concluir que, de ser empleadas por un tercero, dedicarían menos tiempo a su actividad laboral y les permitirá destinar más tiempo a sus actividades dentro de su hogar. Sin embargo, la permanencia y crecimiento de la participación de las mujeres empresarias dentro de esta rama de actividad económica, nos lleva a pensar en dos vertientes, por un lado, los negocios de estas mujeres se pueden considerar como de subsistencia, ya que los bajos ingresos, lo extenso de su jornada y su bajo nivel de instrucción las coloca como actoras emergentes de la economía por la falta de espacios laborales, y en un segundo momento, nos lleva nuevamente a reflexionar en torno a los techos de cristal

como factores que no permiten la inserción de estas mujeres a puestos de trabajo con mejores condiciones salariales, de seguridad social y de crecimiento profesional.

No obstante, creemos que las mujeres empresarias de la rama restaurantera no solamente pueden ser vistas como actores emergentes de la economía, ya que una fonda o un "changarro" le puede representar la sobrevivencia a una familia, existen mujeres que rompe con los perfiles sociodemográficos identificados a través de los datos estadísticos del INEGI. En este sentido, las mujeres seleccionadas para nuestros casos de estudio representan tanto el perfil sociodemográfico descrito en el presente capítulo como aquellas mujeres que definitivamente rompen con él.

CAPÍTULO V

Empresarias restauranteras de la ZMG: medianas empresas

Con el pasar de los años las relaciones entre los sexos se han modificado parcialmente, principalmente por la convergencia de mujeres y hombres en contextos sociales como la escuela, el trabajo y la política (Lagarde, 1996), sin embargo, a pesar de estas nuevas formas de convivencia las mujeres siguen realizando enormes esfuerzos por buscar una equidad en las relaciones personales y profesionales.

Las dobles jornadas laborales que implican el hogar y el trabajo remunerado fuera de casa, ha obligado a que en el cotidiano de sus vidas, las mujeres ejerzan una serie de acciones para contrarrestar el poder masculino, en las que aceptan y se subordinan (Niño y Villareal, 2011), pero también resisten, negocian y en algunas ocasiones hasta llegan a ejercer algunas formas de dominación, es decir, las mujeres se encuentran inmersas en un proceso de empoderamiento que se compone de una serie de relaciones de poder que interactúan y no son unidireccionales (ibíd, 2011), por el contrario, presenta una multidireccionalidad que hace que en ocasiones se tengan avances y en otros momentos sean retrocesos.

Los casos que presentamos en las siguientes páginas, reflejan esta necesidad de las mujeres por obtener reconocimiento social, por una posición económica, por el bienestar de sus familias, e incluso su libertad e independencia individual. De alguna manera se resisten a sus papeles tradicionales, en algunos momentos con éxito y en otros con derrotas.

Sus relatos de vida nos permiten describir quiénes son, cuáles son sus antecedentes familiares, su composición familiar actual, incluso nos permite identificar cual ha sido su trayectoria laboral hasta llegar al papel de empresarias, así como reconocer tanto las situaciones de conflicto como las acciones de conformidad, subordinación, negociación y resistencia que se presentan en sus relaciones de poder. En este sentido y antes de adentrarnos a la reconstrucción de los procesos de empoderamiento de las mujeres empresarias, presentamos una síntesis descriptiva de los casos de estudio que conformaron la primera parte de la muestra de nuestra investigación.

Es importante señalar en este punto, que el trabajo de campo incluye el análisis y reflexión en torno a cinco historias de vida de empresarias restauranteras, el cual se presenta en dos capítulos diferentes, por corresponder a casos de contraste, que como se argumentó en los capítulos tres y cuatro, el planteamiento original de la investigación estaba dirigido a estudiar los procesos de empoderamiento de mujeres que eran propietarias de pequeños y medianos restaurantes, no obstante, cuando se concluyó con las entrevistas piloto y el análisis estadístico, se detectó que de utilizarse únicamente este criterio de selección se presentaría un sesgo en la representatividad de los casos, por lo anterior se determinó una segunda etapa de trabajo de campo en el que se reflexiona en torno a las historias de vida de mujeres que encuadran en el perfil estadístico descrito en el capítulo anterior.

En éste capítulo se incluyen los casos de las empresarias que tienen estudios de nivel superior o posgrado, cuyas empresas son consideradas como medianas, su nivel de ingresos supera los montos mensuales promedio de trabajadoras subordinadas e incluyen una visión a futuro en la operación de su negocio. Mientras que en el capítulo seis, se narran las historias de vida de mujeres que son propietarias de micronegocios, sus estudios son de nivel básico, sus ingresos son similares a los de una jornada laboral como empleadas y el motivo por lo que abrieron su local de comidas se debió a la sobrevivencia familiar.

Para los cinco casos se realizaron entrevistas a profundidad. En el caso de Alejandra se realizaron 3 entrevistas con ella y una con su esposo con un total de duración de 9 horas con 36 minutos. Para el caso de Mariana, se realizaron 4 entrevistas con una duración total de 7 horas con 47 minutos y una con un miembro directo de su familia con una duración de 1 hora 45 minutos. En el caso de Patricia se realizaron dos entrevistas con una duración total de 5 horas 27 minutos. Para el caso de María se realizaron dos entrevistas con una duración de 4 horas 16 minutos.

Finalmente en el caso de Ana se realizó una entrevista con duración de 3 horas 27 minutos. En todos los casos de nuestro análisis se utilizan nombres ficticios, en virtud de un compromiso que se estableció con ellas antes de realizar las entrevistas.

Consideramos importante presentar y reflexionar sobre las particularidades de cada una de las empresarias entrevistadas así como sobre sus antecedentes familiares para identificar los lugares y tiempos históricos en que vivieron su infancia, adolescencia y etapa adulta, así como aquellos sucesos que han marcado su vida, en algunos casos matrimonio, divorcio, perdida de un familiar cercano, separaciones, maternidad, entre otros; para finalmente tratar de identificar la dependencia de ellas con otros miembros de su familia. También incluimos como parte de esta síntesis, la descripción de sus restaurantes y el inicio de su actividad empresarial, con el objetivo de identificar los momentos y situaciones en que ellas tomaron la decisión de convertirse en empresarias.

Como se mencionó anteriormente nuestra tesis cuenta con la información correspondiente a cinco sujetas de estudio: Alejandra, Mariana, Patricia, Ana y María, de las cuales cabe mencionar que las tres primeras se consideran a sí mimas mujeres independientes que decidieron iniciar con el establecimiento de un negocio como posibilidad para el desarrollo profesional y el crecimiento económico, mientras que las últimas dos mujeres representan casos de contraste, ya que ellas iniciaron con el negocio de comida como alternativa de autoempleo para la subsistencia de sus hogares. No obstante, a pesar de que las cinco mujeres han atravesado historias de vida diferentes las une un aspecto común en su vida: son propietarias de un establecimiento de alimentos ubicado dentro de la ZMG.

1. "Uno como mujer nunca suelta a su familia, para nosotras es doble esfuerzo". El caso de Alejandra

Alejandra es una empresaria en expansión dentro de la rama restaurantera, es propietaria de un café restaurante en la zona de Chapultepec. Tiene 36 años de edad, es originaria de Guadalajara. Está casada con Juan y tiene tres hijos. Estudió una licenciatura en Negocios Internacionales en la Universidad de Guadalajara y actualmente está estudiando una licenciatura en Homeopatía. Inició sus actividades laborales antes de cumplir la mayoría de edad como recepcionista en una dependencia de gobierno del estado y escaló posiciones hasta ser titular de proyectos especiales en la extinta Secretaría de Vialidad y Transporte, trabajo al que

renunció en 2009 para dedicase de tiempo completo a su nueva actividad profesional como propietaria de un restaurante.

Antecedentes familiares

Alejandra es la mayor de cuatro hermanos, dos hombres y dos mujeres. Fue educada bajo la religión católica y por una familia nuclear, en donde el hombre es el proveedor y la mujer se dedica a las labores del hogar y el cuidado de los hijos. Su madre es originaria de Tapalpa y su padre de Guadalajara, ciudad en la que se establecieron al casarse. Considera que tuvo una infancia feliz, siempre cuidada por su mamá quién también realizaba los quehaceres del hogar mientras que su papá era el responsable del ingreso familiar, es propietario de una herrería. Sin embargo, antes de casarse su madre trabajó en un pequeño negocio familiar, conjuntamente con la abuela y tías de Alejandra, pero su mamá abandonó esta actividad al momento de casarse con su papá.

Su infancia la vivió al lado de sus hermanos y padres, creció en una familia considerada tradicional, cuyas rutinas diarias incluían el ir a la escuela, comer y pasar la tarde en bicicleta o jugando en la calle con sus hermanos y amigos; recuerda que tenía horarios muy estrictos con respecto a la hora de bañarse y cenar y principalmente para ir a dormir entre semana "… teníamos que estar bañados y cenados a las 8:00 p.m., porque lloviera o relampagueara a las 8:30 p.m. teníamos que estar en pijama y acostados…" No obstante, ella misma señala que los fines de semana las rutinas se rompían "… mi papá siempre buscaba que hacer, sobre todo los domingos…íbamos a misa temprano y luego nos llevaba a la primavera o algún parque…los dos (refiriéndose a su padre y madre), jugaban mucho con nosotros…"

Sin embargo, comenta que en la adolescencia sostuvo largas discusiones y enfrentamientos con su madre, quien insistía en que ella debía aprender y ayudar a realizar las tareas del hogar para cuando formara su familia y que debía trabajar solo mientras se casaba, que no era necesario que siguiera estudiando, mientras que su papá era quien la apoyaba "… me decía Ale, no le lleves la contraria ayúdale con las cosas que te pide y así no te va a decir nada cuando te vayas a la escuela…" Incluso refiere que su mamá tenia establecidas diferentes reglas para ella y su hermana que para sus dos hermanos varones: "…ellos podían entrar y salir a la hora que les daba su gana, mientras que mi hermana y yo teníamos que estar a la hora que nos decía, porque si no al día siguiente nos iba como en feria…"

Alejandra comenta que con el paso de los años, la relación con su madre fue mejorando y comenzó a tener ciertos conflictos con su padre, principalmente cuando ella decide presentar a su primera pareja:

> …soy la mayor, y ya te puedes imaginar la primera vez que le dije, "papá tengo novio…", su cara se puso transparente… guardo silencio y me dijo: "no los quiero ver ni en el carro, ni en la esquina, si se van a ver que sea en tu casa y hasta las 9:30 de la noche…", y yo no era una niña, ¡tenía 19 años!... (Alejandra, 2013).

Pero a pesar de estos inconvenientes, Alejandra refiere a su padre como un ejemplo a seguir, señala que siempre ha recibido apoyo moral e incluso económico cuando lo ha necesitado, mientras que a su madre le reconoce su participación en el hogar:

> …mi mamá es una excelente ama de casa, siempre está al pendiente que no falte nada, incluso ahora con sus nietos ella se encarga de que la comida este lista a la hora exacta… les da gusto a todos… ya quisiera yo el tiempo para tener la casa como la tiene y además el ánimo de recibir a los once... (Alejandra, 2013).

Ella comenta que la relación con su mamá ha mejorado mucho ahora que ella también es madre, incluso que ahora entiende "…mi mamá cuestionaba las decisiones cuando creía que no era por ahí el asunto…" porque con la decisión que tomó de dejar su trabajo y poner el restaurante ella considera que todos los miembros de su familia, incluso de su familia política la han apoyado, sin embargo, como observaremos en páginas más adelante identificamos que este apoyo ha sido condicionado, ya que las mujeres de su familia, principalmente su mamá, cuestiona que descuide a sus hijos por atender el restaurante.

Composición familiar actual

Siguiendo las tradiciones familiares, Alejandra se casó con Juan en noviembre del 2003, en una ceremonia católica y bajo el régimen civil del estado de Jalisco. Ellos decidieron utilizar métodos anticonceptivos los primeros tres años de matrimonio, para consolidar un patrimonio familiar, compraron una casa, la cual adquirieron mediante un crédito hipotecario, el cual pudieron liquidar antes de la fecha de vencimiento.

En el año 2006 recibieron con gusto la noticia de la llegada del primer vástago de la familia, Rodrigo quien ahora tiene siete años de edad, tres años más tarde fueron padres de Ximena, que actualmente tiene 3 años y hace menos de dos años llegó Leonardo, el menor, de 1 año 7 meses.

Según nos comenta Alejandra, los tres hijos fueron planeados y después de la llegada de Leonardo decidieron optar por un método anticonceptivo permanente, por lo que a petición de ella Juan se realizó la vasectomía.

Después de la llegada de su tercer hijo, Alejandra y Juan decidieron crecer su patrimonio por lo que nuevamente solicitaron un crédito hipotecario para adquirir una segunda propiedad "… ya no cabíamos, uno guarda tiliches –que todo sirve–, pero cuando nació Leo, dije, como voy a tener a los tres en una recámara…" en este sentido la segunda propiedad, es de dimensiones mayores, permite que cada uno de los niños tenga su habitación: "… es una diferencia enorme, ya cada uno tiene su espacio y no hay pleitos porque uno quiere jugar una cosa y otro otra… incluso, no despiertan al bebé cuando está dormido… además, estoy a tres cuadras del café…"

En el hogar cohabitan Alejandra, Juan y sus tres hijos. Tienen una trabajadora doméstica que realiza las actividades de limpieza, ella la apoya tres veces en la semana con los quehaceres del hogar, el lavado de la ropa e incluso cocina los alimentos para la familia desde hace 6 años, le paga 600 pesos por semana, una semana extra por concepto de vacaciones y una más por su aguinaldo, en caso de enfermedad, Alejandra apoya con los costos de medicina, más no le cubre los servicios médicos.

Ella manifiesta tener confianza absoluta en Martha quien desde los seis meses de trabajar con ella tiene llaves de su hogar y acceso a todos los espacios de su casa, incluso menciona que cuando tiene que salir por alguna emergencia, su trabajadora doméstica la apoya cuidando a los niños en breves espacios de tiempo. La empresaria entrevistada manifiesta que a pesar de tener plena confianza en su trabajadora, no está dispuesta a dejar en manos de alguien el cuidado de sus hijos: "…crecen tan rápido, que no me quiero perder nada…" Incluso ella considera que mantiene el papel tradicional de ama de casa, le gusta cocinar, cuidar a sus hijos, atender a su esposo. Ella está consciente de que la demanda de tiempo y energía que las labores del hogar y de su ámbito profesional exigen son mayores, por lo que está tratando de conciliar el tiempo que dedica al restaurante, al hogar, a los hijos y a ella misma.

Al momento de la entrevista, dedicaba al restaurante entre 5 y 6 horas al día de lunes a viernes, mientras que a sus estudios destina 5 horas; 6 horas para descansar y el resto del día lo distribuye en el cuidado de sus hijos; el fin de semana, como lo hacían sus padres, se utiliza para el esparcimiento familiar y los cuidados de higiene y belleza para ella y los miembros de su familia: "… si me tengo que cortar el cabello o comprar algo para mí, Juan o los niños, aprovechamos el fin de semana para hacerlo…"

Es una mujer que le gusta convivir con su familia de origen y política, el tiempo que dedica al esparcimiento decide compartirlo tanto con su esposo e hijos como con sus suegros, papás, hermanos y sobrinos e incluso frecuenta una finca familiar que tienen en la sierra de Jalisco "…cada que tenemos chance nos vamos a Tapalpa ya sea el fin de semana o ida y vuelta, el chiste es salir de la rutina…"

De lunes a viernes, los miembros de su familia tienen una rutina establecida, Juan lleva a los tres niños a la escuela, al mayor a la primaria, la segunda al preescolar y el menor asiste a una guardería, durante tres de las horas que los niños permanecen en la escuela, ella asiste a clases, para incorporarse al restaurante a las 11:00 y permanecer hasta las 14:30 para ir a recoger a los hijos y darles de comer, reincorporándose nuevamente al restaurante a las 16:30 para retirarse a las 19:00 y continuar con su jornada doméstica.

Educación formal

Con respecto a la educación formal que Alejandra ha recibido, ella nos comenta que cursó el preescolar y la primaria en una escuela particular, a cargo de religiosas católicas. Durante esos primeros años de su educación, además de las materias consideradas en los planes de estudios de la educación básica, complemento sus estudios con talleres artísticos de baile regional folclórico.

Al ingreso a la secundaria sus padres la enviaron a una escuela secundaria pública que se ubicaba muy cerca del domicilio familiar, a la cual se trasladaba en compañía de uno de sus hermanos. Los estudios correspondientes al bachillerato los realizó en una escuela preparatoria de la Universidad de Guadalajara, los cuales acompaño con el idioma inglés en un instituto particular.

Sus estudios de nivel superior, los realizó en el Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad de Guadalajara, estudió la licenciatura en Negocios internacionales durante el período comprendido del febrero de 1997 a febrero de 2001. Una vez concluidos los estudios de licenciatura, ese mismo año Alejandra estudió un diplomado en la misma área de conocimiento con la intención de mantenerse actualizada, sin embargo, no llegaría a ejercer la profesión que había estudiado de manera formal debido a que su trabajo en una dependencia de gobierno le permitió escalar posiciones en el corto plazo.

A lo largo del tiempo que ella trabajo para la dependencia de gobierno recibió diversos cursos de capacitación, que van desde la operación de

software tales como Excel, Word, Power Point, hasta servicios de atención al cliente, diseño y evaluación de proyectos.

Una vez que decidió incursionar en la rama de actividad restaurantera, con el objetivo de establecer una cafetería, tomó un curso de barista,[30] además de uno sobre higiene en restaurantes, incluso una vez que tenía en marcha el restaurante tomó capacitación específica para obtener los distintivos "H"[31] y "Moderniza".[32]

Actualmente Alejandra se encuentra estudiando una nueva licenciatura, en esta ocasión es sobre medicina alternativa: homeopatía. Ella reconoce que no se ha enfocado en una sola formación, sin embargo para ella "… las oportunidades de negocio se identifican cuando tienes un panorama más amplio."

Descripción del restaurante

El restaurante se localiza sobre la avenida Chapultepec en la conocida "Zona Rosa" de Guadalajara, que actualmente tiene una alta concentración de bares, restaurantes y cafeterías. El local que alberga el restaurante es rentado y cuenta con 160 m^2 de construcción, tiene seis lugares de estacionamiento propios y cuenta con área de fumar. Es sencillo, pequeño, tiene un aspecto informal, cuenta con 10 mesas de cuatro servicios cada una, todo el mobiliario es nuevo y está ambientado por algunos cuadros, mientras que el área de fumar es una terraza al aire libre que cuenta con sombrillas. Tiene a la vista los reconocimientos con que cuenta el restaurante y la especialidad del día; sus menús son rápidos y sencillos. Su horario de servicio es de 8:30 a 23:00 y sus productos están dirigidos a un segmento de mercado de clase media. Cuenta con servicio a domicilio durante la jornada laboral además de tener una página web y en Facebook

El restaurante inicio sus actividades en el año 2009, como una empresa familiar en la que trabajaban la hermana de Alejandra, su suegra y

---

30 Es el profesional especializado en el café, que trabaja creando nuevas y diferentes bebidas utilizándolo como base.

31 El Distintivo "H", es un reconocimiento que otorgan la Secretaría de Turismo y la Secretaría de Salud, a aquellos establecimientos fijos de alimentos y bebidas, por cumplir con los estándares de higiene que marca la Norma Mexicana NMX-F605 NORMEX 2004. Es de carácter preventivo.

32 El Distintivo "H", es un reconocimiento que otorgan la Secretaría de Turismo y la El programa Moderniza es impulsado por la Secretaria de Turismo, con el objetivo de otorgar un Distintivo denominado M que reconoce la calidad de las micro y pequeñas empresas del sector turismo que aprueben la evaluación de la aplicación de las herramientas y prácticas administrativas modernas en sus negocios.

su cuñado, de quienes decidió separarse laboralmente por los problemas que esto representó, ya que todos tenían opiniones con respecto al manejo administrativo del restaurante y no eran constantes con la asistencia al lugar de trabajo. Actualmente, en términos de empleo, es clasificado como un negocio pequeño, ya que cuenta con seis trabajadoras, todas ellas mujeres.

Utiliza tecnología básica para la preparación de los alimentos, como son el uso de cafeteras y hornos, sin embargo, ella clasifica el tipo de alimentos que vende como artesanal[33] , lo cual se podría considerarse como una estrategia de innovación en el sentido que los señala Lizaur (1996): "…nosotros no vendemos nada pre-hecho, todo los ingredientes con los que cocinamos se compran frescos, nada es congelado, preferimos sacrificar ganancia pero no sabor… así invitamos a los clientes a volver". El menú que se oferta en el restaurante incluye diversos tipos de café, baguettes, hamburguesas al carbón, ensaladas, vinos de mesa, cervezas artesanales, desayunos y comidas ejecutivas que "…rescatan el sazón de casa".

Inicio de la actividad empresarial

Alejandra inicia su actividad empresarial dentro de la rama restaurantera debido a un estancamiento profesional:

> ...me cansé de seguir navegando contra corriente… llegué al máximo nivel al que podía acceder por méritos propios [en la Secretaría de Vialidad y Transporte]… yo ya había pensado en poner un negocio, pero no sabía qué… un día, mientras cenaba con Juan en un restaurante en Zapopan, se me ocurrió que podía ser una cafetería… me encanta el café y la plática, así que ¿por qué no disfrutar mientras trabajo?… (Alejandra, 2013).

Cansada de la inestabilidad laboral y económica que le representaba un trabajo en el gobierno, en él que en cada cambio de administración se ponía en riesgo su permanencia, decidió abrir un negocio. Ella nos relata que los recursos para abrir el negocio los obtuvo de dos fuentes diferentes, la primera con la liquidación que recibió de su antiguo trabajo y la segunda un préstamo familiar que le hizo una tía de su esposo.

---

[33] La cocina artesanal a la que refiere Alejandra, es parte del movimiento del *Slow* Food que comenzó en Italia a finales de los 80, cuyo fin es conservar la integridad y pureza de las comidas regionales y promueve el interés por conocer de donde provienen los ingredientes con que se preparan los alimentos ingeridos.

En el año 2009 inició sus actividades dentro de la rama restaurantera del sector servicios con una cafetería, pero tres meses después de su inauguración optó por diversificar su oferta y ofrecer además desayunos y comidas:

> … los clientes empezaron a pedirnos otro tipo de alimentos, y ante la insistencia pues decidí ampliar la oferta, incluso en agosto del 2012 me aventé a tramitar la licencia para venta de bebidas alcohólicas y no me quejo, me va muy bien, bendito sea Dios… (Alejandra, 2013).

A partir de esta ampliación de actividades cambio el nombre del restaurante. Ella es la única dueña, pero su esposo se incorporó a trabajar en él hace un año, a pesar de no ser dueño formal, ella toma en cuenta la opinión de su esposo para tomar decisiones, sin embargo, nuestra entrevistada es quien tiene la última palabra con respecto a la cantidad de personal que trabaja en el restaurante, quienes son los proveedores e incluso la ampliación o modificación de la oferta alimenticia. Ella es quien decide las contrataciones, los menús, realiza los trámites administrativos y es la encargada de supervisar a detalle el trabajo de su personal. Aproximadamente el 40% de las ventas del restaurante se traduce en utilidades, mientras que los contratos que tiene con los proveedores son resultado de las búsquedas que ella misma ha hecho para mantener el concepto artesanal de su cocina.

También tiene un proyecto de negocio con un empresario propietario de escuelas de educación abierta e idiomas con quien tiene una amistad y le ofreció la oportunidad de replicar el concepto de cafetería-restaurante en por lo menos seis escuelas que son de su propiedad y se ubican en municipios fuera de la ZMG.

Es importante mencionar que Alejandra considera que ha alcanzado sus metas aunque ha tenido que renunciar a ciertas cosas, sobre todo con respecto al cuidado y atención de los niños, pero ha alcanzado la autonomía económica y ha visto en su restaurante una oportunidad de ser independiente y mejorar su calidad de vida.

Capacidad individual y confianza

Al transcribir las entrevistas con Alejandra encontramos que se reconoce como una mujer fuerte, firme y constante, con seguridad en sus acciones, realizada en el plano personal y profesional, con ambición, con capacidad para establecer objetivos y proyectar el crecimiento de su empresa, inclu-

so se siente sorprendida por superar sus propios objetivos. Ella se define a sí misma como:

> … una persona que ha realizado sus metas en diferentes caminos, a lo mejor no el camino que me había proyectado, pero sí me ha costado mucho trabajo llegar a donde estoy. Ha sido muy satisfactorio… soy una mujer que ha logrado lo que no pensaba lograr (Alejandra, 2013).

Alejandra es una mujer con autonomía económica, es a la vez la administradora de los ingresos del restaurante como del patrimonio familiar. Durante los años 2012 y 2013 las ganancias del restaurante fueron el único ingreso en el hogar, las ventas del restaurante le representan un ingreso diario mayor a 10 salarios mínimos, considerando el salario mínimo diario de $64.67 establecido en el 2013 para la ZMG.[34] Ella misma estima que el 40% de sus ingresos representan su utilidad, con lo cual ella puede no solamente cubrir los gastos familiares sino que le ha permitido generar un ahorro y no tener deudas: "… ahorita el restaurante genera prácticamente cuatro veces más de lo que deje de ganar cuando renuncie a tránsito en el 2009…"

Considera que el restaurante le ha ayudado a ser una mejor administradora y tomar decisiones asertivas con respecto al destino de sus ingresos. Esta autonomía le permite tener mayor crecimiento personal y profesional aunque reconoce que trae como consecuencia nuevos retos:

> …si es más satisfacción tener tu negocio, pero también es más estresante, porque ahora tengo que estar al pendiente desde que no falte nada, ni nadie… e incluso prever el comportamiento de las ventas para ver que hago con el dinero… (Alejandra, 2013).

La empresaria entrevistada es proveedora de su familia, corre con todos los gastos del hogar y posee el control sobre los recursos materiales y no materiales, es una mujer independiente y con autonomía, por decisión propia ella es quién realiza todos los trámites legales que requiere el negocio para funcionar, lo que le ha permitido aumentar su confianza en ella misma: "… los primeros trámites que hice me traían del tingo al tango… que ahora trae esto, que te faltó esto otro… pero ahora, con la pena, no salgo del Ayuntamiento si no tengo lo que necesito…"

Para ella, el ser dueña de su restaurante ha venido acompañada de situaciones para las que no estaba preparada, sin embargo considera que

---

[34] Por cuestiones de seguridad personal la entrevistada solicitó no incluir el monto exacto de sus ingresos, sin embargo, autorizó el uso de referencias que permitan al lector tener una idea del monto estimado al que se refiere.

todo este proceso ha sido un constante aprendizaje:

> …me he vuelto una mujer muy tolerante, de repente te vuelves medio psicóloga de tus trabajadores, proveedores, mi marido y mi familia… pero eso me ha permitido ponerme en los zapatos de la gente que tengo a mi alrededor y sobre todo me ha permitido valorar eso, todo lo que tengo… (Alejandra, 2013).

Otro de los aspectos que Alejandra reconoce que el restaurante le ha dejado como enseñanza es que no todo es su responsabilidad:

> … he dejado de culparme por lo que no sale, incluso me he dado cuenta que necesito de los demás y que si me quieren ayudar, aceptar su ayuda, porque antes, qué esperanza, era yo sola contra el mundo…pero es padre darse cuenta que tienes en quien recargarte… (Alejandra, 2013).

Comenta que a diferencia de ser una trabajadora asalariada, el ser propietaria de su restaurante, si bien es cierto tiene más responsabilidades, permite compaginar mejor los tiempos entre el hogar y el negocio, pero no siempre ha sido así, ella señala que cuando inauguró el restaurante pasaba hasta 14 horas de su día dedicadas al negocio: "…entre la cocina, los trámites, proveedores y administración… no había tiempo para más… pero conforme se ha ido consolidando su funcionamiento, el café me demanda menos horas…."

Ella señala que además de esta consolidación del restaurante de la que habla, la incorporación de su esposo al restaurante le ha permitido delegar actividades que antes realizaba ella: "… si hay que ir al mercado, ahora Juan lo hace, ya sabe dónde y qué tiene que comprar…aunque no lo creas esa ida al mercado me quitaba hasta tres horas al día…"

Sin embargo, un asunto que llama la atención es que nuestra entrevistada comenta que a pesar de todos los beneficios que ha traído el restaurante, en este momento de su vida necesita más tiempo para ella y está considerando la posibilidad de contratar a un tercero para que se haga cargo de la supervisión de las actividades del restaurante por un par de años, con el argumento de que ella quiere terminar la licenciatura que recientemente inicio y que sus hijos crezcan más. Se le cuestionó la posibilidad de cerrar o transferir el restaurante a lo que respondió que: "…ni de loca lo cerraría o le dejaría en manos de alguien para que tome decisiones por mí… lo que me gustaría es contratar a alguien para que trabaje en mi lugar, porque de verdad necesito descansar… es el problema de ser una controladora…"

Conflictos y obstáculos

Durante el relato de la historia de vida de Alejandra, se pueden identificar diferentes momentos de tensión, tanto para con ella misma, como con su esposo, hijos, padres e incluso trabajadores. En los siguientes párrafos se transcriben y describen los asociados principalmente con su actividad empresarial.

La actividad emprendedora de Alejandra no ha estado exenta de conflictos, ella relata que se han presentado una serie de obstáculos y ausencia de información al momento de realizar los trámites y permisos necesarios para operar el restaurante: "...fue un calvario el sacar un permiso adicional para venta de cervezas y vinos… en la administración panista la ofrecían y ahora en esta administración priista parece que no quieren que los microempresarios crezcan…"

A nivel de instituciones también ha tenido contratiempos con el IMSS, "…una sola vez me pase quince días para pagarles y la neta se me olvido… y ya me andaban embargando, así que lejos de motivarte para que tengas a tus trabajadores en regla te complican las cosas…"

En cuanto a las relaciones obrero-patronales, Alejandra se ve a sí misma como una mujer activa y asegura tener un liderazgo suave pero firme hacia sus empleadas, exige que cumplan tanto con sus horarios como con sus actividades, porque cuando se portó más flexible con los empleados tenía mucha rotación y ahora que decidió ser más firme con su personal formó un equipo de trabajo con el que tiene más de un año trabajando.

Sin embargo, no es el único tipo de problemas que ha enfrentado en su restaurante, Alejandra señala que recibe apoyo y consideraciones por parte de su esposo, con quien comparte las actividades y decisiones del hogar y en este momento también del restaurante, no obstante en su relato se denotan momentos de tensión con su pareja:

> … la verdad me vi muy presionada con la chamba del café, los niños, la casa y este" vaquetón"[35] viajando del tingo al tango…así que le hable por teléfono y le dije: "el restaurante es mío, pero la casa y las niños también son tuyos…" y creo que me oyó tan enojada que cambió el boleto de avión y regresó el mismo día… a los días renunció a su trabajo… (Alejandra, 2013).

Con respecto al relato de Alejandra en que se observa cierta tensión entre el apoyo que dice tener de su marido y lo que sucede en la realidad, se entrevistó a Juan, y se le cuestionó sobre algunos aspectos, entre los

que él señalo que la decisión de dejar su trabajo además de corresponder el apoyo recibido por su esposa también se debió a un proceso de transición política, ya que él era empleado de una dependencia estatal y al momento de haber un cambio de partido en el gobierno de Jalisco, sus condiciones de trabajo se modificaron afectando principalmente los tiempos que tenía destinados para estar con la familia.

> … Pues qué te digo… tener un ingreso seguro es muy cómodo, sin embargo, cuando intervienen los intereses políticos y lo que se ve afectado es tu persona, porque a nadie le importa tu trabajo, es momento de hacer una pausa… por eso decidí que era momento de apostarle al proyecto de "Ale"… (Juan, 2014).

Alejandra ve como una ventaja la incorporación de su marido al restaurante, ya que ha sido víctima de discriminación de género en diversas ocasiones, desde sus proveedores, que prefieren negociar con un hombre, hasta por un empresario con quien inicio a trabajar un proyecto. Ella manifiesta que esta situación se presenta principalmente entre hombres adultos y relata cómo fue discriminada por el empresario con quien trabaja un proyecto para abrir nuevas cafeterías-restaurantes:

> … yo inicié con el proyecto del negocio para poner cafeterías en escuelas fuera de la ZMG, pero cuando él se dio cuenta que mi esposo entró al negocio, muy sutilmente me dijo: si no te molesta trato con Juan, para que tú no descuides a los niños… (Alejandra, 2013).

Sin embargo, comenta que las batallas reales las ha enfrentado con las mujeres, que es de quien más ha recibido malos tratos:"…yo creo que las personas que más afectamos a las mujeres somos las propias mujeres… quién me renta el local es una mujer y desde que inicie condicionó que su trato era con Juan y no conmigo…" (Alejandra, 2013).

En el ámbito familiar, a pesar de que actualmente Alejandra tiene una buena relación con los miembros de su familia, tuvo que sortear tanto los conflictos que se presentaron con su mamá en la adolescencia por la falta de apoyo para su formación académica, como con su padre, quien más que apoyarla era un conciliador entre la relación de madre-hija que se vivía en el seno familiar. Y a pesar de que ella manifiesta que recibió todo el apoyo para la apertura de su negocio, nos comenta que ha recibi-

---

[35] Se le preguntó a la entrevistada que entiende por la palabra "vaquetón" y ella hizo referencia a que mientras él estaba fuera de la casa, en sus viajes de trabajo en los que tenía tiempo para convivir con sus compañeros de trabajo, recaía sobre ella toda la responsabilidad del hogar y los hijos.

do críticas por su comportamiento masculinizado y por no continuar con los comportamientos tradicionales que esperan de ella algunas mujeres miembros de su familia:

> … cuando por alguna situación fortuita me tengo que llevar a alguno de los niños al trabajo, es muy común que mi mamá, mi hermana o mis tías me digan: "¡ay pobrecitos de los niños¡…" y pues no los tengo vendiendo papas en la calle ni los estoy exponiendo a una situación de peligro… (Alejandra, 2013)

Otro tipo de crisis familiares que ella ha tenido que sortear, fueron de tipo laboral, con los miembros de la familia con quienes inicio el restaurante:

> … todos trataban de opinar con respecto a qué hacer y cómo hacer en el restaurante… entre el desconocimiento de ellos y el mío… hasta que dije: "suficiente, son familia no quiero terminar odiándolos así que gracias por su ayuda pero bye…" y contraté solamente a desconocidos (Alejandra, 2013).

Como se ha mencionado en párrafos anteriores, para Alejandra sigue siendo prioritario el cuidado y la educación de los hijos. Ella manifiesta que con toda las presiones y ocupaciones que tiene, le gustaría tener más tiempo para ella: "…me gustaría hacer ejercicio y tener más tiempo para mí, pero el día nada más tiene 24 horas y la gente tiene que dormir… así que tendrá que esperar…"

Un conflicto que estuvo presente durante los primeros años de matrimonio en la vida de Alejandra, fue el alcoholismo de su esposo, aunque ella lo justifica diciendo que Juan no ingiere bebidas alcohólicas todos los días, ni lo considera como un hombre irresponsable o agresivo, si le hacía sentir molesta o impotente cuando las consumía:

> … yo nunca vi a mi papá tomar y no estoy acostumbrada a eso… pero él lo trae de familia, en su familia no hay fiesta sin que se emborrachen todos… así que sí tuve problemas cuando él tomaba en exceso… pero ya ahorita ya está súper controlado ese punto, está más que hablado y claro que se toma sus chelas en las reuniones, pero no se pone como antes… (Alejandra, 2013).

En el ámbito social, ella nos comenta que ha perdido sus círculos de amigos por concentrarse en el negocio y su familia:

> … sí te sientes muy aislada, he dejado de salir… pierdes mucho… tu nivel social, te vuelves metida en el negocio que es muy demandante…

> ¡entre más le des más te pide!... no solo te exige tiempo, sino que te agota… te invitan a algún lado y dices sorry pero no puedo, estás tan tronada que ni ánimos de ir a ningún lado… (Alejandra, 2013).

Alejandra señala que ella misma ha preferido renunciar a sus círculos de amistad y aislarse de su vida social por el tiempo que le dedica al cuidado de sus hijos y al negocio.

Estrategias de resistencia, compensación, negociación y subordinación

Como se puede observar en los párrafos anteriores, el relato de nuestra entrevistada nos da acceso a los momentos críticos en su vida, como el consumo de alcohol en su pareja. Alejandra comenta que el consumo de bebidas alcohólicas no lo volvía violento ni desobligado, sin embargo, era un asunto que le causaba molestia y malestar; "…cuando mucho tomaba una vez al mes… y lo que hacía era quedarse dormido…" Ella señala que nunca cuestionó su consumo de alcohol convencida de que llegaría el momento de tocar el punto de manera de que tanto ella como Juan salieran beneficiados de los acuerdos que se tomarán:

> … como te digo, yo no estaba acostumbrada a ver tomado a nadie de mi familia y de repente en su familia todo festejo incluía alcohol… tuve paciencia… mucha…. mucha… en parte era mi intolerancia, yo no me tomó ni una cerveza… y lo más que llegaba a decirle, ¿vas a tomar? Y ya sabía que yo tenía que manejar… (Alejandra, 2013).

Al platicar con Juan sobre este aspecto, él comenta que nunca considero un problema su manera de tomar: "… la verdad no lo hacía frecuentemente… lo que pasa es que a *Ale* no le gusta que lo haga… pero es listilla… supo cuándo, dónde y cómo decírmelo… no he dejado de tomar, pero ya no me quedo dormido (entre risas)..." (Juan, 2014).

Alejandra manifiesta sentirse satisfecha por la buena relación de pareja que desde su perspectiva mantiene con su marido. Al respecto compartió el tipo de negociaciones que se han presentado en la relación de pareja, en el restaurante:

> … nos ha costado mucho trabajo esto de trabajar juntos… Juan es muy gastador y a veces yo lo tengo que hacer ver que no es lo mejor o que no es prioridad… en ocasiones siento que no me hace caso… pero termina entendiendo el punto… por ejemplo, eso del curso de Moderniza Juan fue el que empezó con el gusanito y yo le dije que ok, para que no sienta

> que él no decide… pero con respecto a las decisiones… principalmente las que implican dinero o inversiones fuertes, como cambiar de coche o cosas del restaurante, las tomo yo… (Alejandra, 2013).

Mientras que en el hogar, Alejandra relata cómo es que llega a acuerdos:

> … desde que éramos novios él sabía que yo no soy nada fácil, me cuesta mucho trabajo ceder, pero él es muy noble y normalmente cuando discutimos el termina dándome la razón, no sé si para que ya me ponga en paz o porque de verdad lo cree, el caso es que me salgo con la mía… y no nada más con palabras… con acciones… (Alejandra, 2013).

Ella manifiesta que recibe el apoyo de su esposo quien es promotor de todos los proyectos que inicia, incluso la motiva a seguir adelante: "… cuando decidí estudiar homeopatía, él me dijo trabajas un chorro y si es lo que quieres, adelante, yo me encargo de los niños y el café…" Incluso, Juan participa activamente en las actividades del hogar:

> …normalmente, cuando tengo que salir, Juan se queda con los niños, les da de cenar, los baña, los acuesta… incluso llego y la casa esta ordenada, los trastes limpios y la ropa limpia… que él se encargue de algunas cosas con los niños y la casa hace que me sienta menos estresada… más tranquila y hasta contenta… (Alejandra, 2013).

Con respecto a su actividad profesional, entre risas, Alejandra menciona que se ha vuelto una negociadora experta con respecto a los productos que compra:

> … empecé buscando proveedores… dónde veía que a tal lado les llevan esa cosa… iba y los buscaba, o en los mismos lugares del abastos y todo eso, preguntaba: "¿Ustedes llevan?" –"No, pues nosotros no llevamos pero hacemos esto…" y así… y ya te puedes imaginar…negociando los precios… a ver, si te compro de mayoreo en cuanto me dejas cada tipo de pan… ahorita todos los proveedores, quieran o no, negocian conmigo… menos la dueña del local… (Alejandra, 2013).

Redes de fortalecimiento

Alejandra es miembro de la Cámara Nacional de la Industria Restaurantera y Alimentos Condimentados (CANIRAC), aunque cabe señalar que no participa activamente en la mesa directiva de la organización, si lo hace como miembro de la misma. Sin embargo, su participación en la asocia-

ción le ha traído beneficios a su negocio. Este espacio de encuentro le ha permitido estar informada de ciertos beneficios y programas de apoyo a su empresa y establecer redes con otros empresarios. A partir de su participación en la CANIRAC conoció el Programa denominado "Moderniza", que es impulsado por la Secretaria de Turismo, a lo que conjuntamente con su esposo, Alejandra decidió participar en él, tomó la capacitación correspondiente y su restaurante obtuvo el distintivo M el cual avala sus servicios como una empresa de alta calidad. Su restaurante también tiene el distintivo H con el que acredita que los alimentos que vende cumplen con los estándares de higiene establecidos por las normas mexicanas.

Para Alejandra el abrir su propio restaurante le ha significado un reconocimiento no solo por parte de sus grupos afectivos, sino de quienes en algún momento fueron sus superiores o sus colegas, le reconocen la perseverancia para alcanzar sus objetivos. Incluso la oportunidad de expandir su negocio es resultado de esta tenacidad y de colocarse en un espacio empresarial visible: "…ahora sí que esto de poner las cafeterías como parte del servicio de las escuelas vino a mí… a mi socio[36] le gusto el concepto que manejamos y la formalidad con que hago los negocios…"

Ella no participa en otras organizaciones empresariales ni políticas o con demandas más específicas a su condición de mujer. No ha participado en talleres, cursos u otras actividades formativas en temas de género, ni realiza una actividad proclive a la defensa de los derechos de las mujeres, sin embargo no está negada a participar más activamente en organizaciones empresariales, políticas o que buscan una equidad de género. Alejandra considera que de tener la oportunidad de participar activamente en el diseño de estrategias o políticas para mujeres empresarias o para los restaurantes sería parte de una proyección profesional:

> … considero que el intercambio de mi experiencia con otras mujeres sería muy enriquecedor, me permitiría compartir mis experiencias y sobre todo orientar sobre como he brincado los obstáculos… pero no se sí traería algún beneficio para mí o para el restaurante… (Alejandra, 2013).

Para Alejandra, una situación que llamó su atención fue que en todos los eventos de capacitación y cursos organizados por la CANIRAC, los mu-

---

[36] Alejandra refiere como socio al empresario de sexo masculino con quien está trabajando el proyecto para ofrecer el servicio de cafeterías restaurantes en las escuelas que son propiedad de este empresario. Es importante mencionar que se habla de un proyecto de negocio que, en palabras de nuestra entrevistada, tiene un avance del 80% e iniciarían a funcionar a finales del año en curso.

nicipios, gobierno del estado o la Secretaria de Turismo en los que ella ha participado, son hombres quienes los imparten

> … sería interesante conocer el punto de vista de las mujeres, tú como empresaria vas a estos eventos y no ves mujeres en el presidio ni como oradoras, y ellas como mujeres te pueden dar otro punto de vista, porque un hombre suelta familia y se dedica a lo suyo, pero uno como mujer nunca suelta a su familia, para nosotras es doble esfuerzo… (Alejandra, 2013).

No obstante, las redes institucionales no son las únicas que forman parte de la vida de Alejandra, ella ha conformado redes de solidaridad con su mamá, hermana, suegra y tías, en quienes se apoya cuando la demanda de trabajo aumenta o incluso cuando tiene algún compromiso en el que asiste acompañada de Juan. Ella comenta que su principal apoyo siempre han sido sus papás y dos tías de su esposo Juan, en quiénes no solamente se recarga para el cuidado de los niños, sino que la han apoyado económicamente en diferentes momentos, como fue en la apertura del negocio.

> … mis papás son la onda… hay ocasiones en que ellos mismos nos dicen: "porque no, nos dejan a los niños y se van al cine…" unas veces si les tomó la palabra… pero otras me da pena… mejor dejo esa opción para cuando de veras sea necesario… (Alejandra, 2013).

Alejandra considera muy importante el apoyo familiar que recibe, señala que las escuelas y la guardería en la que esta su hijo menor tienen horario extendido hasta las cinco de la tarde, pero cuando se presenta un evento importante en el restaurante o incluso los contratan para un evento por la tarde o noche, sin su familia no tendría la posibilidad de atenderlos:

> … tuvimos un evento importante hace unas semanas, era servicio de alimentos y *coffe break* para 500 personas en la Expo, inicio el montaje a las 8:00 a.m. y terminaba con el desmontaje a las 8:00 p.m… entonces, contratamos personal extra para el apoyo… pero o se iba Juan o me iba yo… entonces decidimos que él se fuera al evento y yo me quedará aquí [haciendo referencia al restaurante]… y mis tías [hablando de las tías de su esposo], fueron por los niños, les dieron de comer, los bañaron y hasta cenados me los entregaron… la verdad si no fuera por ellas, me sería muy difícil seguir en esto… (Alejandra, 2013)

Ella también reconoce el apoyo que recibe de su hermana:

> …ella tiene dos niñas… y hay tardes en que me ve toda hecha bolas aquí, que pasa por mis hijos y se los lleva toda la tarde al parque para

que no estén encerrados en el restaurante… aunque reniegue, sé que no es el mejor lugar para ellos… (Alejandra, 2013).

Una ausencia que ella, reconoce, son las redes de amistad y lo atribuye al tiempo que les dedica a sus hijos y al trabajo, sin embargo señala que: "… ya llegará el momento de retomar mi vida social en forma…", por lo que su principal soporte son las redes que ella misma ha generado con quienes comparte un lazo familiar.

2. "La seguridad en mi persona es resultado del negocio, mis estudios y la capacidad de tomar decisiones y por supuesto asumir las consecuencias de las mismas, sean buenas o malas". El Caso de Mariana

Mariana es una empresaria consolidada dentro de la rama restaurantera, tiene la mayoría de las acciones de propiedad en tres de los seis café-restaurante-bar que forman la franquicia, las cuales se ubican en diversos puntos de la ZMG. Además, es socia en dos restaurantes bar en la zona comercial de Providencia. Tiene 47 años de edad, es originaria de Guadalajara. Está casada con Miguel, no tiene hijos. Estudió una licenciatura en Mercadotecnia en una universidad privada de la ZMG y un MBA en línea en la Escuela Europea en Negocios. Es una persona preocupada por su capacitación, habla francés e inglés, los cuales estudió tanto en México como en Francia y Estados Unidos, respectivamente. Inició sus actividades laborales una vez concluida su licenciatura en un notaría propiedad de su padre, trabajo que abandonó en 1999 para dedicase de tiempo completo a su nueva actividad profesional como propietaria de un café.

Antecedentes familiares

Mariana es la menor de cuatro hermanos, dos hombres y dos mujeres. Creció en una familia nuclear, cuyo proveedor siempre fue su padre y su madre se dedicaba a las labores del hogar y el cuidado de los hijos. Su madre y su padre son originarios de Guadalajara y al casarse mantuvieron el lugar de residencia. Ella considera que tuvo una infancia feliz: "… fui una niña insegura y llorona, pero muy feliz porque crecí rodeada de mis papás, hermanos, tíos y primos…" Cuidada por su madre, mientras que su padre además de ser notario fue funcionario de la Universidad de Guadalajara. Fue educada bajo la religión católica sin embargo, declara

preferir las cuestiones espirituales como vivir la paz interna y refiere la yoga como su refugio espiritual.

Ella recuerda a su padre como un hombre cariñoso pero estricto, siempre les inculcó la necesidad de estudiar a ella y a sus hermanos, sin embargo, desde su punto de vista, su papá al tratar de ser un hombre innovador en la educación que le dio a sus hijos sostuvo luchas internas, por un lado impulsaba a que los 4 hijos estudiaran, y por el otro, para ella y su hermana siempre hubo insistencia de que también aprendieran las tareas del hogar para cuando formarán su familia. Mariana considera que sus papás, introdujeron éste doble discurso para ella y su hermana: "…por un lado era cásate, ten hijos y por el otro era estudia prepárate para que nadie te dé órdenes…". A su madre la recuerda como un refugio cariñoso, quien siempre apoyaba las decisiones de su padre, pero se volvía cómplice de ella y sus hermanos cuando querían salir con sus amigos.

Para nuestra empresaria entrevistada, sus padres fueron y son un ejemplo a seguir, de quienes siempre recibió apoyo moral y económico. Su padre murió en el 2009 y para ella fue un gran golpe: "…no solo perdí al padre, sino al guía… a mi amigo…". Su madre continúa con vida, es una mujer de 80 años a la que visita frecuente y constantemente: "…a ella le encanta venir a desayunar al restaurante y a mí por supuesto me encanta que venga, antes venía con sus amigas, pero ahora la trae mi hermana o yo voy por ella, mi vieja ya está grande y la quiero disfrutar antes de que se vaya…"

Su relación con sus hermanos es muy buena, ella los reconoce como personas de éxito, la más grande tiene una empresa de renta de equipo médico, mientras que sus hermanos varones, uno es abogado y continua con la notaría que heredó de su padre, de su tercer hermano se refiere no sólo como el favorito de su padre, sino como un médico de mucho prestigio: "…resultó que mi hermano Jorge se convirtió no sólo en el orgullo de mi padre, sino que es un médico exitosísimo…" Ella señala que su padre nunca hizo distinciones entre ella y sus hermanos, comentó que ya de viejo cuando llegaba Jorge, que es quién menos tiempo pasaba en Guadalajara, su rostro se iluminaba, pero como fue tan justo nunca sintió celos,"… al contrario, mi padre nos enseñó a amarnos, respetarnos y apoyarnos…"

Composición familiar actual

Actualmente Mariana está casada con Miguel, tiene 14 años de matrimonio bajo el Código Civil del Estado de Jalisco, quién, a pesar de profesar la religión católica no pudo consumar su deseo de recibir la bendición matrimonial debido a que para Miguel éste representaba sus segundas

nupcias. Mariana y Miguel no procrearon hijos, no obstante del primer matrimonio de Miguel se concibieron dos hijos varones de los cuales uno vive temporalmente con ellos.

Ella considera que se casó grande de edad –mucho después que sus hermanos, amigos y familiares– a los 35 años con un hombre divorciado con dos hijos, licenciado en relaciones industriales, propietario de una imprenta desde hace 25 años, 10 años mayor que Mariana, a quien conoció como cliente del café.

En este sentido, comenta que ha tenido que tomar decisiones importantes, incluso en contra de los principios familiares y sociales, desde el principio de la relación con Miguel, ella tuvo que enfrentar situaciones como fue el cuestionamiento de su decisión de casarse con un hombre divorciado y por lo tanto no poder realizar un matrimonio católico como lo demandaban los cánones familiares. En entrevista con Mónica, prima de Mariana, nos relató cómo fue este proceso dentro de la familia:

> ... ella siempre fue la rebelde de entre los primos... entoces ya todos casados e incluso algunos con hijos y ella siempre pensando en viajar y no vivir con mis tíos... todos pensamos que ya no se casaba... y de repente... me caso... con un divorciado... sobre todo sus papás y los tíos brincaron... le decia que como era posible... que ella llegaba sin problemas al matrimonio y [Miguel] con toda una historia detrás..."(Mónica, 2014).

Una segunda decisión a la que se enfrentó un año después de casarse, fue la de no tener hijos:

> … cuando me casé mi marido era divorciado y ya tenía hijos, así que por ese lado el me apoyó inmediatamente,.. pero las presiones sociales de familia y amigos que preguntaban que para cuando los niños… por muchos años y a mucha gente le tuve que decir que era estéril y no podía tener hijos… y ya te imaginaras la cantidad de doctores y recomendaciones que tuvieron a bien hacerme, pero la verdad yo no estaba dispuesta ni a dar explicaciones ni a ceder a las presiones… pero eso sí cuando me atreví a decir que no quería tener hijos me sentí liberada, me volvió el alma al cuerpo (Mariana, 2013).

Al respecto, Mónica su prima nos comenta que esta decisión no sorprendió a la familia, señala que cuando se le cuestionaba al respecto respondía:

> … primero, que no era el momento… luego, que no podía… y le preguntábamos a [Miguel] y él decía yo sí quiero un bebé una [Marianita] pero pues [Mariana] es la que no quiere… incluso recuerdo que cuando

> dijo que no iba a tener hijos… fue en una cena prenavideña en casa de la abuela y de repente [Mariana] se paró a la mitad del jardín y dijo:.." familia, para que no se enteren por otro lado, decidí que lo mío no son los niños, por lo tanto, no voy a tener hijos…" Palabras más, palabras menos eso dijo… la verdad ya nos lo esperábamos, porque los niños [sobrinos de Mariana], le dicen la tía "Cruella", por el personaje de la película de *101 dálmatas*…no le gusta estar donde hay niños… (Mónica, 2014).

Mariana y Miguel habitan en un fraccionamiento residencial ubicado en el municipio de Zapopan, de acuerdo con Mariana, su casa está construida de manera que da independencia a un departamento: "… previendo el futuro, cuando el arquitecto nos presentó el diseño de la casa, le pedí que dejará un espacio aislado, por si sus hijos querían pasar tiempo con él… así él ve a sus hijos y no afecta mi intimidad…" El hijo menor de Miguel, de 21 años de edad, es quien más frecuentemente pasa temporadas en su casa.

La casa actual en la que habita Mariana, es el segundo domicilio del matrimonio, anteriormente vivían en una casa ubicada cerca del domicilio de los padres de Mariana, pero decidieron rentar ese inmueble y construir un segundo hogar que se adecuara a sus necesidades.

Con respecto a las tareas del hogar, ella delega estas actividades en una trabajadora doméstica, que justifica con la demanda de tiempo que su actividad directiva le requiere en su negocio, ella menciona que su trabajo es absorbente y exhaustivo pero su nivel de ingresos facilita la conciliación entre su hogar y su negocio, porque puede contratar el apoyo para el trabajo doméstico. Así, nuestra entrevistada cuenta con una trabajadora de entrada por salida todos los días que hace todas las actividades de limpieza de la casa a excepción de la comida. Mariana tiene contratada a Inés desde hace dos años y la contrató a través de una agencia, paga $1,500.00 semanales a la agencia por el servicio que incluye vacaciones, aguinaldo y servicios médicos. Ella manifiesta tener confianza en Inés, sin embargo, cuando por alguna razón se ausenta de su trabajo y la agencia le envía una suplemente, Mariana manifiesta no sentirse afectada porque su relación es 100% laboral.

Ella se considera mala ama de casa, no cocina y no le gusta cocinar por lo que se lleva la comida del restaurante: "…zapatera a tu zapato, yo soy buena haciendo negocios y soy consciente que no nací para las tareas de la casa, pero afortunadamente puedo pagar para que la casa siempre este limpia, al igual que la ropa…"

Educación formal

Mariana realizó sus estudios básicos en escuelas particulares, desde el inicio asistió a escuelas bilingües, por lo que su formación desde la edad preescolar hasta la secundaria incluyó el inglés como segunda lengua. Ella recuerda que al salir de la escuela su madre las mantenía ocupadas a ella y su hermana en actividades extra escolares: "…recuerdo que iba a la casa la Miss Trini y nos daba clases de pintura… o luego fue otro maestro que nos enseñaba a tocar el piano…"

Al llegar a la educación media superior, su padre quien era funcionario de la Universidad de Guadalajara, decidió enviarla a estudiar a la Escuela Preparatoria No. 5, donde cursó sus estudios de preparatoria de 1981 a 1984, pero al momento de decidir sobre sus estudios de nivel superior, ella sostuvo una plática con uno de sus hermanos porque no quería seguir en la U. de G.

> … Si hubiese dicho "no quiero estudiar" en eso no me hubiesen apoyado mis papás… Todos mis hermanos sí estudiaron en la U de G… la verdad yo odié la prepa 5 de hecho, mi papá era de la U de G 100%, entonces cuando… mi hermano me dijo –"¿Quieres?... en lugar de estudiar en la U de G vete al ITESO"– yo le conteste: "Ay sí, mi papá no me va a dejar" y me dijo: "Escoge mercadotecnia" porque en ese entonces la U de G no la tenía, por eso escogí mercadotecnia… Fui e investigue… y mi papá si me quiso pagar en el ITESO. Fui la única que estuvo fuera de la U de G, pero la prepa a fuerza la tuve que hacer en la U de G… a fuerzas (Mariana, 2013)

Así fue como Mariana estudió la licenciatura en Administración y Mercadotecnia en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente ITESO hasta 1990. Durante los años siguientes ella suspendió cualquier proceso de formación académica, pero en el año 2007 decidió volver a estudiar de manera formal, y decidió cursar un posgrado en Administración de Negocios.

> … hace 4 años terminé un MBA *online* en una universidad española… que me sirvió muchísimo… me sirvió muchísimo digamos para visualizar lo que está pasando en la industria restaurantera, o sea, en todos los restaurantes y la cantidad de competencia, ¿cómo competir?, ¿cómo seguir? ¿Por qué está pasando? (Mariana, 2013).

Ella considera que la educación formal siempre es necesaria y sirve para ampliar la visión no solo personal sino profesional, considera que el

seguir preparándose le ha servido para visualizar el contexto y la situación real no sólo de los restaurantes:

> … sino de la competencia y de cómo competir o cómo volverte más competitivo… Si yo le pudiera recomendar algo a las empresarias es el estudio, seguir siempre abriendo tu mente y tus oídos a escuchar y conocer que está pasando, tanto al interior de tu negocio, como en el exterior… (Mariana, 2013).

Es importante mencionar que Mariana vivió en el extranjero un par de años, uno en Estados Unidos para perfeccionar el inglés y uno más en Francia para perfeccionar el francés, estos viajes los realizó previamente a los estudios de posgrado, no obstante no participó en ningún programa formal de educación, ella decidió radicar en esos países con el objetivo de aprender los idiomas con el uso de los mismos.

Para Mariana la educación es importante, menciona que aunque las mujeres no trabajen, el estudio es la base para construir un futuro propio: "… aunque estén en sus casas, es necesario prepararnos… además, la información nos hace más fuertes… hasta nos da la oportunidad para emprender algo, o es más, sin irnos tan lejos, para educar a los hijos y que puedan ver más allá…"

En este sentido, ella se actualiza y capacita constantemente, incluso contrata asesorías externas que le ayuden a modernizar y eficientar la operación de su negocio. Al momento de la entrevista ella y sus gerentes de sucursal y de apoyo administrativo se encontraban tomando un curso en diseño y fortalecimiento de imagen con la intención de promover eventos cerrados por las tardes y noches que es cuando menos consumos registra el restaurante.

Descripción de los restaurantes

Los tres cafés restaurantes de la misma marca que son de propiedad mayoritaria de nuestra entrevistada se localizan en las colonias de la ZMG: Providencia, Chapalita y Puerta de Hierro. Existen otras cuatro sucursales que son parte de la franquicia y se encuentran distribuidas una en Puerto Vallarta, otra en Zapopan, Jalisco, y dos más en el Distrito Federal, estas sucursales son propiedad de los hijos de su socio, en los que ella solamente interviene en el diseño de estrategias para la estandarización de la imagen de las instalaciones y el menú, pero ella no toma decisiones sobre el manejo interno. Con respecto a los otros dos restaurantes en los que esta empresaria tiene participación, ambos se encuentran en la zona

comercial de Providencia. En un restaurante muy famoso ubicado en la zona de Providencia, tiene 9 años con la sociedad, donde su participación es únicamente económica; y en un restaurante de cortes argentinos ubicado también en Providencia, su sociedad incluye la dirección y administración del mismo.

Para la descripción de los restaurantes, nos enfocaremos principalmente en los tres en los que ella es accionista mayoritaria y están bajo su control. El restaurante fundador de la franquicia se inauguró en 1999 sobre la avenida Montevideo, en la Colonia Providencia, de Guadalajara, que actualmente tiene una alta concentración de bares, restaurantes y cafeterías, el segundo sobre la avenida Tepeyac, en la Colonia Chapalita, y el tercero en la Av. Puerta de Hierro, ubicado dentro de la zona comercial identificada como Andares. Los restaurantes tienen dimensiones físicas distintas pero manejan el mismo concepto, su decoración es estilo contemporánea con mucha vegetación natural, iluminación ambiental, los manteles individuales sirven como carta de alimentos y bebidas, además de estar hechos de papel reciclado. Las instalaciones son una mezcla de espacios abiertos y cerrados, en donde los espacios cerrados tienen la característica de tener grandes ventanales con vista a las mesas de jardín con sombrillas. Todas las sucursales cuentan con *valet parking* y área de fumar.

El concepto del restaurante fue remodelado hace dos años, por lo que todo el mobiliario es nuevo y está ambientado por lámparas de luz cálida y grandes macetones de plantas naturales. Su horario de servicio es de lunes a sábado de 8:00 a.m. a 1:00 a.m. y domingo de 8:00 a.m. a 2:00 p.m., con dos turnos de trabajadores y los domingos sólo un turno. Actualmente tiene contratados a 118 empleados.

Sus productos están dirigidos a un segmento de mercado de clase media y alta. El menú de desayunos incluye alimentos tradicionales, como jugo, quesadillas, pan dulce, café, enfrijoladas, chilaquiles. La especialidad son los molletes dulces y salados y ofrece un menú *light* con 13 platillos que incluyen, fruta, omelettes y sándwiches. Ofrecen como opción para los clientes una lista de ingredientes en las que el comensal puede elegir los que sean de su preferencia para preparar licuados y omelettes. El costo del desayuno por persona oscila entre 120 y 150 pesos, no ofrecen paquetes mientras que el precio del café americano con "refil" es de $26. Por la tardes y noches la cocina es de tipo mediterránea, principalmente ofrece pastas, carnes y pizzas que se elaboran en el horno de leña. Todo el pan que se ofrece durante el día, dulce y salado, se cocina en este horno.

Sus procedimientos de cocina son tradicionales, baños maría, salamandras y hornos, entre otros, pero el horno donde hace el pan es alemán, no es convencional, y es especial para hornear, controla humedad y es su herramienta más moderna. Su panadería es el sello de identificación de sus productos.

Los restaurantes cuentan con una página web, facebook y twitter. La página web del restaurante ofrece servicios de reservaciones en línea. Cada sucursal tiene una *hostess*[37] y en su mayoría quienes trabajan como meseros son hombres. Tiene una capacidad para atender a más de 200 personas simultáneamente en cada una de las sucursales; nuestra entrevistada nos revela que los domingos sirve aproximadamente 400 desayunos y entre semana tiene un aforo tanto en la mañana como por la noche, de un 70 al 90%. Está consciente que su fuerte son los desayunos y las cenas, ya que en la comida sólo tiene un 20 o 30% de consumo. Entre sus clientes se identifican familias, parejas, grupos de amigas (jóvenes y de la tercera edad) y hombres haciendo negocios.

Se puede decir que la cadena de restaurantes es considerada exitosa tanto por el volumen de ventas y su presencia en diferentes municipios de Jalisco y el Distrito Federal, así como por la originalidad de su ambientación, la calidez en el servicio y la amplia oferta de alimentos. La primer sucursal de la cadena inició sus actividades como un pequeño café en el que trabajaban Mariana y una amiga, de quien a los pocos meses decidió separarse debido a la falta de colaboración de su amiga.[38]

Inicio de la actividad empresarial

En el año 1999, Mariana inició sus actividades dentro de la rama restaurantera del sector servicios con una pequeña cafetería que instaló en unos locales propiedad de su papá ubicados en la calle de Montevideo, en Providencia. Ella narra cómo surgió la idea de poner un café: "… yo vivía aquí en Providencia y solamente había un café que siempre estaba lleno, tenía mucho éxito y se me ocurrió y dije voy a poner un café, están de moda, y así fue cómo surgió la idea..."

Ella describe como los inicios del café fueron complicados: "…en un principio nosotras (Mariana y su primera socia) atendíamos las mesas y preparábamos el café, luego contratamos a un muchacho que vivía a la vuelta que llegó y nos pidió trabajo, pero su sueldo eran las propinas…".

---

37 *Hostess* se traduce al español como anfitriona y en los restaurantes es la persona que recibe a los comensales, indica cual es la mesa asignada y entrega el menú.

Nuestra entrevistada señala que lo que ayudó mucho en el arranque del negocio fue el apoyo que recibió por parte de su papá, quien no le cobró renta por los locales y además cubrió los gastos de la remodelación inicial para poder poner mesas y sillas, señala que:

> Originalmente el café era solamente los locales y una partecita que mandé arreglar para dejarla al aire libre, no era restaurante, de verdad era solamente café, no vendía ni alimentos y poco a poco después empecé con los desayunos y luego los permisos para vender cervezas hasta que conseguí el de licores y pude abrir en los tres horarios y es cuando de alguna manera te puedes volver restaurant bar… (Mariana, 2013).

Menciona que la sociedad que disolvió con su amiga fue porque tuvieron problemas por el dinero y la falta de interés de su amiga por el negocio. Cuando rompe la sociedad con su amiga le ofreció al joven que trabajaba con ella se asociara en el negocio y no acepto la oferta: "…pero entonces quien se me apareció fue el papá de este muchacho (quien es su socio actual) para decirme que estaba sin trabajo y que él quería entrarle al negocio, y así fue como hicimos la sociedad que todavía tenemos…"

Nuestra entrevistada señala que actualmente mantiene una sociedad con un hombre con quien no tiene vínculos familiares (omite su nombre), y describe en términos generales las condiciones de la sociedad, señala que hace 9 años su socio se dedicó por completo al [restaurante] y acordaron que ella manejara el café al 100%. "… las sucursales de Providencia, Chapalita y Puerta de Hierro, están 100% a mi cargo…", es decir, ella es quien las administra, maneja la imagen y toma las decisiones correspondientes y señala que: "… el resto de cafés que crecieron o surgieron a partir del que yo inicié en 1999, se manejó como franquicias, pero solamente para los hijos de mi socio…"

Con respecto a las franquicias, que ella no administra, Mariana considera que: "…estas sucursales tienen el beneficio de que nacieron con la imagen y prestigio del que yo abrí originalmente y esto es lo que las hizo fuertes". Menciona que cuando abrió las sucursales de Chapalita y Puerta de Hierro utilizó financiamiento que ella tramitó directamente en bancos porque la inversión que se requería era mayor, pero logro liquidarlos en menor tiempo del proyectado inicialmente. También recibió apoyo de publicidad por parte de Grupo Modelo.

---

[38] En las siguientes páginas se profundizará en la descripción y análisis del rompimiento laboral de nuestra empresaria entrevistada con su primer socia.

Comenta que cuando abrió las sucursales de Valle Real y Chapalita, que sí son de su propiedad, no tuvo necesidad de hacer publicidad:

> … desde el día en que inauguré estaban llenos por la fama que ya tenía el de Providencia, y de alguna manera hasta los que yo no manejo y que es obvio que no son 100% míos… de alguna manera está presente mi influencia… o no sé cómo explicarlo, pero la huella ya quedó en ellos… están colgados del prestigio del café de Providencia (Mariana, 2013).

En cuanto a la preparación de alimentos, ella considera que el que no sea una experta en la cocina no ha influido ni en su hogar ni en el restaurante: "… gusto por la comida que tengo y al diseñar un platillo nuevo (a sugerencia de los chefs) lo pruebo y si me gusta lo pongo en el menú del día, si mis clientes lo empiezan a ordenar con alguna frecuencia… se queda en la carta y si no, simplemente se va…"

A catorce años de distancia en los que empezó con su actividad empresarial, Mariana considera que ha alcanzado los objetivos que se ha planteado, pero no se conforma con ello, constantemente está buscando retos personales y profesionales que le permitan seguir creciendo como ser humano y como profesionista.

Capacidad individual y confianza

Si bien es cierto, nuestra entrevistada manifiesta no haber tenido privaciones económicas a lo largo de su vida, en este momento no solamente ha alcanzado una autonomía económica, sino que le ha permitido seguir expandiéndose económica y empresarialmente. Es una mujer independiente y con libertad en sus decisiones, pero no siempre fue así, ella recuerda que por muchos años sintió que era débil por ser mujer y que necesitaba el respaldo de un hombre,

> … por eso acepté a mi socio, inicialmente yo creía que sola de mujer no iba a poder salir adelante, que para ser empresario se tenía que ser hombre, pero los años y el seguir estudiando me enseñaron que no es así, ya demostré que esto sigue adelante porque yo he tomado el toro por los cuernos en varias ocasiones y hasta he enfrentado a mis socios… (Mariana, 2013).

Ella reconoce que el acceso a la educación de nivel superior ha impulsado tanto su autonomía como su proactividad en los negocios. También cree que mucho de este éxito se lo debe a que continúa preparándose constante y permanentemente.

Sobre su sociedad, comenta que cuando inició era prácticamente una empresa familiar: "… mi socio estaba en la cocina, yo en la caja, sus hijos y mis sobrinos eran los meseros y así estuvimos como un año, hasta que el negocio se encarriló y pudimos empezar a contratar personal…" Señala que en un inicio los dos tomaban decisiones con respecto al restaurante, sin embargo, a pocos años de que el restaurante iba creciendo y empezaba a ser un negocio redituable se tuvo que enfrentar a su socio porque es muy mal administrador, desde su punto de vista fue el momento en que se dio cuenta que ella era capaz de asumir la dirección del restaurante sola:

> … al principio la sociedad fue benéfica para ambos, pero con la apertura del [otro restaurante], hace 9 años, empezaron los problemas, querían sacar dinero de aquí para invertirlo en el otro restaurante… pero sin sacrificar ganancias, así que lo tuve que enfrentar y poner orden, fue en ese momento que me quedé al frente del café y él se dedicó de tiempo completo al otro [restaurante]... (Mariana, 2013).

A partir de ese momento, Mariana es quien realiza las negociaciones con proveedores, y menciona que tanto ella como su socio están poniendo más marcas restauranteras con nuevas y diferentes sociedades, pero cuando alguno de los dos detecta un proveedor que le ofrece mejor calidad o precio, se contactan por si están interesados y se incluyen en el paquete de negociaciones, pero con respecto a los restaurantes que ella dirige y administra, "…soy yo quien decide si estoy o no interesada…"

Sobre el manejo de los ingresos, nuestra entrevistada comenta que es ella quien maneja el dinero que se genera en el restaurante, tanto para el pago a proveedores como para el reparto de utilidades: "…nadie me toca el dinero, yo le entrego a final de mes (a su socio) lo que le corresponde… hasta en ese sentido me he ganado el respeto… incluso… en los otros restaurantes antes de tomar una decisión importante con el dinero vienen y me la consultan a mí…"

Señala que, sobre la decisión de franquiciar su marca, ella fue quien tuvo la última palabra: "…me llegaron cuatro hombres, él (su socio) con tres de sus hijos a presentarme el proyecto… no me gustó como estaba... establecí las condiciones, las aceptaron y por eso se abrieron las nuevas sucursales…"

Aunque en su discurso ella se incluye como parte de las mujeres que se encuentran en un estado de confort por la dependencia económica, ella se califica a sí misma como la jefa del hogar, quien toma las decisiones del patrimonio económico, el ahorro, las inversiones, los viajes, el trabajo do-

méstico. En este sentido, nuestra entrevistada señala que contribuye con el 50% de los gastos del hogar, lo que le representa un 20% de sus ingresos, sin embargo, reconoce que gana aproximadamente un 40% más que su marido y que esto no ha sido un problema. Mariana señala que al igual que con el negocio, ella es quien decide sobre el destino de sus ingresos:

> … uso mi dinero para darme todos mis gustos y cumplir todos mis caprichos, es más cuando quiero ir de viaje a algún lugar, yo invito a mi gordo para que no me ponga pretextos de que está muy gastado o de que el negocio no anda bien… y el resto desde luego que lo ahorro o invierto en nuevas oportunidades de negocio… (Mariana, 2013).

Nuestra entrevistada comenta que actualmente está físicamente en los restaurantes aproximadamente 6 horas al día, de lunes a viernes, porque cuenta con una estructura operativa que le permite delegar funciones, tiene contratado un director operativo, un gerente por sucursal e incluso en este momento tiene una asesoría en temas relacionados con *lean manufacturing*.[39] sin embargo señala que al principio, su jornada de trabajo era tan larga que iniciaba al abrir y concluía al irse el último cliente. Ella dedica su día a diferentes actividades:

> … de lunes a viernes lo primero que hago al levantarme es tomarme un café, me pongo un pants y salgo a correr aproximadamente una hora… me baño y me voy a la sucursal en la que tenga que estar y estoy ahí hasta como a las tres de la tarde, como con mi marido… él normalmente se regresa a trabajar y yo me voy a mi diplomado de yoga… llegamos a la casa entre 7 y 8, cenamos juntos, leemos o vemos un rato la tele y se acaba el día… (Mariana, 2013).

Ella comenta que los fines de semana son diferentes, va a los cafés o restaurantes como clienta y normalmente la pasa con amigos y familia, a… si no salimos a Chapala o Mazamitla con nuestros amigos o la familia, siempre tenemos que una comida o una cenita… o de plano nos vamos de fin de semana a algún lugar… son los beneficios de no tener hijos…"

Ahora Mariana se ve a sí misma como una mujer fuerte, que ve los límites como retos y oportunidades para crecer, se considera una mujer arriesgada, audaz y con mucha tenacidad para salir airosa de los problemas. Mantiene una actitud arriesgada al invertir en proyectos que le parecen atractivos, aunque señala que no siempre obtiene los resultados que espera.

Situaciones de conflicto por actividad empresarial.

En el relato de vida de Mariana se identifican algunos momentos de conflicto, principalmente con sus padres y socio, mientras que con sus empleados se han presentado algunos momentos de tensión en los que ella ha tenido que aprender a manejarlos de diversas formas.

Con respecto a la relación con sus padres, nuestra entrevistada señala que no hubo momentos de gran conflicto pues "…tenían una mentalidad avanzada a su época…", sin embargo, continúa haciendo referencia al doble discurso en que sus padres las educaron a ella ya a su hermana, "… no había diferencia en cuanto a los permisos o al dinero y tampoco a las responsabilidades porque siempre tuvimos quien hiciera el quehacer en casa, pero si insistía mi papá: "...ustedes tienen que estudiar para que el día que se casen no les vengan a gritar y sepan cómo educar a sus hijos…"

Recuerda que los principales problemas que tuvo con sus padres fueron por el restaurante:

> … a mi papá no le gustaba verme atendiendo porque creía que iba a terminar de mesera… y luego a mi mamá no le gustaba mi socio… total que se la pasaban cuestionándome las decisiones que tomaba con respecto al negocio… (Mariana, 2013).

Sin embargo, Mariana menciona que con el tiempo esas fricciones se fueron solucionando:

> … un domingo vino a desayunar mi padre y no había lugar… le dije: papi perdóname pero ahorita te consigo una mesa" ese día me dijo, hija estaba equivocado y es el día más feliz porque no tengo mesa en que sentarme... pero en ese inter… tuve que aguantarme varios sermones… (Mariana, 2013)

Con sus hermanos también tuvo algunos momentos de tensión por su decisión de iniciar su negocio propio, ella señala que los principales malos entendidos se debieron a que ella no tenía muchos recursos propios y sus hermanos, que ya tenían buenos ingresos, le cuestionaban sus decisiones: "…un hermano mío me decía "en lugar de hacer esa porquería haz algo

---

[39] Es un modelo de gestión enfocado a la eficiencia en la producción de bienes y servicios cuyo objetivo es entregar el máximo valor para los clientes. Esta metodología tiene como base el utilizar el mínimo de recursos implementa una filosofía de mejora continua en: tiempo, espacio, desperdicios, inventario y defectos, involucrando al trabajador y generando en él un sentido de pertenencia al poder participar en el proceso de proponer sus ideas de cómo hacer las cosas mejor.

más formal" y así, o sea, muchas cosas… yo lo veía como un lugar casual, no un lugar elegante…"

Mariana se ha enfrentado a problemas que se pueden catalogar como discriminación de género: "…por ejemplo, con el representante del sindicato, que tenemos que tomar acuerdos… ¿sabes cuándo me voltea a ver o me dirige la palabra?… nunca… me hace sentir invisible…"

Otra de las situaciones de conflicto a las que se ha enfrentado en su función empresarial está relacionada con el personal que contrata. De los 118 empleados contratados, la mayoría son hombres y sólo quienes realizan el trabajo administrativo, se encargan de los almacenes y las *hostess* son mujeres:

> … en realidad todos los meseros son hombres y te puedo explicar por qué hombres, se necesita de más trabajo físico, mueven sillas, mesas, cargan de un lado para el otro. En la sucursal de Chapalita estoy haciendo la prueba de incluir meseras y sí están funcionado… pero te voy a ser muy sincera, se vuelve un problema porque luego se enredan entre ellos y ya me ha tocado que lleguen algunas esposas a querer golpear a las chicas y hacen algún tipo de escándalo… (Mariana, 2013).

Asimismo, señala su preferencia a trabajar con hombres en el puesto de meseros, porque desde su punto de vista es conveniente por el tipo de trabajo físico que realizan y así no expone a las mujeres a alguna lesión, además considera que: "… los muchachos son más nobles y aceptan de mejor manera las instrucciones…". Con respecto a las *hostess* y las actividades administrativas y de almacén, nuestra entrevistada menciona que las mujeres son más ordenadas y responsables, por lo que en estos puestos prefiere contratar mujeres.

Otro obstáculo al que se ha tenido que enfrentar es a la manera que ella identifica como tradicional de hacer negocios de los hombres:

> … yo creo que es en todos los medios, pero en éste… no te imaginas… les encanta cerrar tratos en restaurantes y bares… pero no son de comidas o cenas… son de agarrar la borrachera… y a lo mejor en estas situaciones es donde me traiciona el inconsciente… pero a mí no me gusta quedarme a tomar la copa y hacer negocios en los lugares que acostumbran los hombres, yo una comida, un café o una cena, no más… (Mariana, 2013).

Además de los conflictos y obstáculos que narra desde la apertura de su primer cafetería, hasta la operación simultánea de las tres sucursales, Mariana considera que el mundo empresarial puede ser muy difícil para

una mujer, ella manifiesta que se ha sentido discriminada por hombres que han tratado de persuadirla por medio de coqueteos, pero ella siempre ha tenido un carácter duro, e incluso siendo soltera ella, "…ya era la señora Mariana..." sin embargo, manifiesta su indignación ante esta situación "… las mujeres seguimos siendo vistas como objetos sexuales cuando hemos demostrado que podemos ser más que una cara bonita… pero desgraciadamente en algunos casos, por una que siga aceptando estas conductas perdemos todas…"

Estrategias de resistencia, compensación, negociación y subordinación

Como se mencionó anteriormente, la ruptura laboral con su amiga vino acompañada de un hombre como socio, y a pesar de que ella se considera a sí misma una mujer independiente y capaz de asumir nuevos retos, Mariana tiene la creencia de que tener un socio le sirve para evitar conflictos relacionados con su género, además de que le ha permitido salir bien librada de situaciones de discriminación, porque a pesar de considerarse a sí misma como una mujer fuerte se ha sentido discriminada.

> … En este mundo de machos… es difícil navegar contracorriente… me costó trabajo, pero lo aprendí… antes me aferraba a ser yo quién resolviera absolutamente todo… me apasionaba por defender a las mujeres y que podíamos con todo… ahora… respiró y si alguien quiere tratar con un hombre… entra mi socio… y entonces me respalda… (Mariana, 2013).

En el ámbito de su relación de pareja, comenta que resuelve las situaciones de conflicto de manera más sutil, comenta que la mayoría de los problemas que se llegaron a presentar fueron por los hijos de él

> … ya te la sabes que si teníamos planes, pero nos tocaban los niños, o si la mamá ya les había calentado la cabeza… y yo me ponía verde de coraje, porque como te digo es muy noble… pero al final o se terminaba quedando él o les conseguíamos una nana… (Mariana, 2013).

Comenta que desde hace 5 años, cuando los hijos se hicieron adultos, se terminaron ese tipo de problemas y ahora se gozan mutuamente y se apoyan en todo lo que pueden. Afirma que su marido es su apoyo incondicional, la escucha y "…me sirve de paño de lágrimas…" cuando tiene problemas con su socio o en el restaurante, pero que él se mantiene al margen, no se mete en sus decisiones, "… el solamente me escucha y deja que me desahogue para tranquilizarme…"

Mariana comenta que habitualmente consume en todas las sucursales y eso le permite darse cuenta de cómo está el servicio, la sazón, las instalaciones y si se encuentra con que algo no está como debe ser: "… como dueña, voy y hablo con el gerente y le señalo en que estamos fallando…"

En el restaurante de comida internacional, ubicado en Providencia, su participación principal es como accionista, como parte de la negociación con su socio este fue el acuerdo, pero en el último restaurante, en el que se acaba de volver socia, ellos son quienes la buscaron:

> … el dueño es uno de los chefs del… [restaurante de comida internacional] que decidió salir a probar suerte con su propio restaurante y un día llego junto con su esposa a ofrecerme una sociedad… el reconoció que él era bueno en la cocina, pero en los negocios la buena era yo… a mí lo que más me gusta es la administración y ellos lo que menos saben es administración, así que por eso le entré... (Mariana, 2013).

Se reconoce a sí misma como una mujer capaz de solucionar conflictos, no obstante, cuando salen de sus manos, prefiere buscar especialistas que le orienten y le propongan alternativas. Un ejemplo es el uso de las tecnologías y el choque cultural que por la edad le representa el manejo de las mismas:

> … Sí uso porque sí creo que es necesario, pero no soy muy buena. Tengo 47 años, entonces como que la tecnología y yo no somos muy buenas amigas, sin embargo, pues trato…tengo Whatsapp, tengo Twitter, tengo Facebook personal… pero lo del restaurante… me conflictuaba demasiado… así que reconocí mi debilidad y contraté a alguien para que lo haga… (Mariana, 2013).

Una de las estrategias que ella utilizó para compensar su inseguridad con respecto al sexo masculino fue la educación superior:

> … el error que de repente cometen las mujeres, no solamente es porque los hombres sean machistas, sino que nosotras nos dejamos, nos sentimos menos, nos sentimos débiles porque nos han dicho que somos así, pero yo creo que es porque no nos seguimos preparando, a mí la maestría me dio unas fuerzas increíbles, me dio conocimientos y una seguridad interna impresionante… no puedo echarnos la culpa, ni decir que todas, pero en realidad las mujeres estamos como estamos porque nosotros queremos y lo hemos permitido, se nos hace muy fácil dejar que el hombre sea el proveedor y nosotras solo recibiendo, por eso ellos luego se creen con derechos para faltarnos al respeto y hasta prohibirnos cosas, creo que lo hacemos por una zona de confort… (Mariana, 2013).

Mariana relata que, al principio de la sociedad con su principal socio, fue muy difícil, ella se sentía insegura y tuvo que aprender a enfrentar estas situaciones, incluso convenciéndose a ella misma que era capaz de solucionar ciertas situaciones:

> … al principio yo lloraba, yo sufría, yo decía "¿Por qué?"; y no, te tienes que poner fuerte y tienes que saber que puedes. Yo a medida que realmente me enfrentaba, o sea, me hacía "coco wash" y me decía ¡claro que puedes!... Al principio, yo sin mis socios sentía que no solucionaba nada y ahora me doy cuenta que soluciono mucho, pero mucho mejor... El chiste es hacerlo, el chiste es equivocarte, no pasa nada… (Mariana, 2013).

En esta historia de vida podemos observar como Mariana ha tenido que enfrentar de diversas maneras los conflictos que se han presentado a lo largo de su vida, no obstante, encuentra apoyo en su familia, en sus amigos y en algunos casos se acerca a organismos institucionales.

Redes de fortalecimiento

Mariana tiene círculos sociales variados: de familiares, de amistad y de parejas que han permanecido a través de los años y algunas otras que han surgido como consecuencia de su actividad empresarial dentro de la rama restaurantera.

Para ella la convivencia familiar es algo que la fortalece, porque le da sentido de pertenencia:

> … a lo mejor es raro, pero no recuerdo un fin de semana que no vea a por lo menos a uno de mis hermanos o a mi madre… todos los sábados hay comida familiar… es en casa de uno de mis tíos y van una buena flota (refiriéndose a sus primos, tíos, sobrinos)… o el domingo vienen a desayunar… para mí es importante porque te sientes parte de la familia, somos muy unidos… pero nos respetamos mucho… de otra manera no podríamos convivir como lo hacemos… (Mariana, 2013).

Con respecto a sus redes de amistad, señala que es con quien comparte pasatiempos, tiempos libres e incluso viajes. Menciona que con sus amistades actuales tiene una relación de más de 15 años y que el último círculo social al que se integró fue el de los amigos de su esposo: "…me gusta mucho viajar… y los fines de semana o estoy con la familia o estoy con amigos… por lo menos nos vamos a la cabaña de Mazamitla… salir de la rutina es importante… nos ha funcionado muy bien…"

En cuanto a la pertenencia de redes empresariales a través de instituciones de las cuales Mariana es miembro, ella nos comenta que está afiliada a la CANIRAC, sin embargo, ella no participa activamente dentro de la toma de decisiones de la organización, ella comenta que no es por gusto propio, sino porque ha tocado puertas dentro de la Cámara y estas no se han abierto. En una de las entrevistas comentó que en alguna ocasión se acercó a un empresario de la mesa directiva para exponer su interés de participar activamente en la Cámara e incluso manifestó su interés en organizar actividades entre empresarias de la rama y no recibió respuesta alguna:

> … no recuerdo el nombre, pero creo que era el tesorero en esa administración… y yo le dije que quería hacer algo con las mujeres que estaban registradas en la Cámara, y me dijo déjame ver que se puede hacer… esto que te comentó fue hace varios años y todavía sigo esperando ver que se puede hacer… (Mariana, 2013).

Ella manifiesta en diferentes momentos la necesidad de crear redes entre mujeres empresarias de la rama, incluso comenta que tiene un blog de cómo abrir un restaurante y qué se debe considerar al decidir entrar al mercado, porque en su experiencia ella ha escuchado que las mujeres creen que el restaurante se trata de la cocina, pero "… en realidad es lo que menos te debe de importar, si lo que quieres es cocinar mejor vuélvete chef, porque como dueña lo que menos haces es eso…"

En un segundo intento por integrar redes de empresarios de la rama, y como parte de su tesis de maestría, planteó la necesidad de crear un programa académico de maestría restaurantera dirigido a propietarios que, en sus palabras, era un programa "…con todo lo que implica poner un restaurante, no solamente se habla de cocina y bebida…" para lo cual convocó a diéz empresarios hombres para analizar la factibilidad y nadie se presentó, ninguno estuvo interesado. Nos aclara que convocó a hombres debido a que en ese momento no le fue posible localizar mujeres en la rama.

Con respecto a las relaciones obrero-patronales, Mariana se considera una mujer fuerte y firme con su empleados, no tiene un estilo de liderazgo maternal, sino, por el contrario, se considera exigente sin llegar a ser autoritaria: "… tanto mis empleados como empleadas tienen todas las prestaciones de ley… los salarios están por encima del resto de lugares que son parecidos al mío, no tengo mucha rotación, al contrario, tengo gente que tiene varios años trabajando conmigo y han tenido la oportuni-

dad de ascender… nadie tiene una jornada mayor a las 8 horas diarias y tienen su día de descanso, que se va rotando cada semana…"

Comenta que con los años aprendió a delegar ciertas actividades del restaurante y confiar en sus empleados, pero siempre está al pendiente de lo que sucede en todas las áreas del restaurante:

> … por supuesto que delego, pero siempre estoy al pendiente… desde la recepción hasta la cocina… pasando por los baños e incluso en la decoración y las instalaciones… si algo anda mal se lo digo al responsable para que haga la parte que le toca… (Mariana, 2013).

La empresaria entrevistada señala que ella ha cambiado mucho como mujer y como empresaria,

> … si tú no te tomas en serio nadie lo va a hacer… a diferencia de hace 15 años, ahora los restauranteros me buscan a mí para formar sociedades… si yo no fuera como soy… fuerte, decidida y dura… no me ofrecerían negocios… (Mariana ,2013)

Para ella, los años de experiencia, la seguridad económica y el respeto ganado por sus pares empresarios, son elementos que considera han sido vitales en el manejo de sus relaciones de poder.

3. "Yo me considero una persona contenta, pero no satisfecha… todavía". El Caso de Patricia

Patricia es una empresaria exitosa de la industria restaurantera, es propietaria de un reconocido restaurante del centro histórico. Tiene 50 años de edad y 49 de vivir en Guadalajara, por lo que se considera a sí misma tapatía. Es soltera, pero tuvo una pareja con quien compartió el hogar, pero se separó. Estudió la licenciatura en Contaduría Pública y Administración e inició una maestría que no pudo concluir. Incursionó en el mundo laboral desde muy joven, fue secretaria, recepcionista, trabajó como empleada en una fábrica haciendo figuras con imanes, entre otras muchas actividades. Una vez concluidos sus estudios trabajó como contralora en una empresa y como administradora en un restaurante propiedad de uno de sus hermanos. Es socia en un despacho contable y en el año 2000 se convirtió en socia de su hermano en un importante restaurante, ubicado en el centro de Guadalajara.

Antecedentes familiares

Patricia es la única mujer entre cinco hermanos. Fue educada bajo la religión católica y por una familia nuclear. El proveedor del hogar fue su papá y su mamá se dedicó al cuidado del hogar y los hijos, sin embargo, al momento de enviudar, su madre tomó las riendas del hogar e inició a vender comida. Su madre es originaria del Distrito Federal y su padre de Ocotlán, Jalisco.

Su primer domicilio familiar fue en el Distrito Federal, donde nació Patricia, y meses después de su nacimiento se asentaron a vivir en Guadalajara. Su padre fue abogado, no ejerció la profesión, se hizo comerciante y terminó sus días trabajando en la Compañía Nestlé. Su mamá, al verse viuda se volvió comerciante y vendió desde ropa y zapatos hasta comida. Nuestra entrevistada menciona que su madre proviene de una familia con situación económicamente solvente, pero como le cuestionaron el matrimonio con su padre, ella decidió "sacar a sus hijos adelante y nunca buscó a su familia".

Nuestra entrevistada nos refiere que estudió la licenciatura por el apoyo que recibió de su mamá, porque su papá quería que solamente estudiara una carrera técnica: "… (Citando a su papá) porque voy a invertir, ella es mujer y luego se va a casar…". Patricia refiere estar agradecida con ambos padres, sin embargo, no deja de reconocer que el apoyo familiar siempre lo ha tenido de su madre y no de su padre, pero justifica las acciones y decisiones de su papá: "… por supuesto que también le doy gracias a él, si no hubiera sido así tal vez yo no sería tan fuerte como soy, me hizo desarrollar un sentimiento para superar eso de que tú no puedes…".

En sus intentos por transformar esta discriminación en la adolescencia, Patricia comenta que en la medida de sus posibilidades se oponía la presión de su padre:

> … él (su padre) de cariño me decía Nenina, Nenina dale de cenar a tus hermanos. Yo le decía "papá pero estoy estudiando y ellos acaban de llegar de jugar o de ver a la novia porque no se sirven ellos solos", y se convertía en un reto muy interesante entre mi papá…. Yo terminaba negociando la situación con mis hermanos, les decía: "o llegan temprano o yo no les doy de cenar y le dicen a mi papá que ya cenaron… (Patricia, 2012).

Patricia comenta que nunca existió competencia entre sus hermanos, pero si tuvo que buscar formas para sentirse a su nivel:

> … yo a mis hermanos los adoro… siempre cada quien tuvo lo suyo, entonces cuando tú eres la única mujer entre cinco hermanos, tienes que buscar cómo hacer que tu papá te vea igual, porque mi papá era el clásico que siempre su orgullo eran sus hijos hombres… (Patricia, 2012)

En este sentido, nuestra empresaria entrevistada tuvo que buscar como compensar el ser mujer para poder ser considerada como parte de los afectos de sus padres y se escudó en el estudio y el trabajo, para demostrar que ella era igual que sus hermanos.

Incluso comenta que ella se sentía responsable del apoyo que recibía de su madre para poder estudiar

> … yo no le voy a dar un dolor de cabeza a mi mamá después de todo lo que ha hecho por mí y que cómo me ha apoyado, ella está poniendo la cara, las manos y la vida por mí y yo no puedo salirle con un domingo siete, desafortunadamente mi papá falleció antes de que terminara la carrera… (Patricia, 2012).

Ella argumenta que terminó de estudiar como una motivación interna"… estudié por mí, pero si tiene algo que ver con la situación de que no te vas a dejar y no me van a debilitar… Si te dejas te acaban…"

Composición familiar actual

Actualmente Patricia vive sola, es soltera, no tiene hijos y económicamente no tiene ningún dependiente. No obstante la decisión de no tener hijos no fue tomada por ella misma, sino que se debe a un padecimiento médico que le imposibilito la maternidad:"…vivo con un mioma pituitario y eso no me permitió ser madre. Pero me hubiera encantado tener la oportunidad de ser madre. Me encanta la familia, yo creo que la familia es la célula más importante del universo…".

Al respecto de su decisión de ser soltera, Patricia relata que tuvo una pareja por varios años, con quien compartió un hogar, no obstante, ante la crisis económica que se vivió en México a mediados de los noventa, ella se vio afectada en su patrimonio y como consecuencia inicio su proceso de separación: "…tuve pareja, pero como dice el dicho… "cuando el dinero sale por la puerta el amor lo sigue por la ventana…"

Para Patricia estos años viviendo sola han incrementado su sentimiento de independencia y autonomía, desde su separación se ha concentrado en ella y en su trabajo, aunque señala que no ha sido un proceso fácil: "…acostumbrarse a vivir sola, después de estar tantos años acompañada no es nada sencillo. Eso de llegar en la noche y no tener con quien

hablar no es algo lindo… pero con el tiempo aprendes a vivir con eso, incluso a disfrutarlo… al grado de no estar dispuesta a renunciar…"

Como se mencionó líneas atrás, ella vive sola en una casa que es de su propiedad, con sus ingresos cubre todos sus gastos y para apoyo de las labores de su hogar tiene contratada a una trabajadora doméstica: "…yo le digo [que] es la reina de mi hogar, es una señora que ha trabajado con mi familia desde hace muchos años… entonces hace y deshace lo que quiere en mi casa… le tengo un afecto muy especial…" Marita –a quien llama afectuosamente– trabaja con ella de lunes a viernes, le paga $200.00 al día, además de llevarle comida del restaurante todos los días, señala que tiene completa y total confianza, al grado que cuando tiene que salir de la ciudad, Marita se queda en su casa. Patricia comenta que además del afecto le tiene consideraciones porque es una persona mayor, que en ocasiones falta a trabajar por su salud, pero ella no le descuenta los días que falta y cuando puede le apoya a pagar medicinas. Comenta que la apoyo para que tramitara el seguro popular, porque intentó asegurarla en el IMSS, pero por la edad y el riesgo de su negocio era muy caro para ella.

Ella nos relata que no tiene ningún dependiente económico directo, pero en ocasiones apoya económicamente a algún miembro de su familia, ya que ese fue el ejemplo que ha recibido de su madre. Su madre sigue siendo su principal apoyo y convive con ella en la mayor parte de sus tiempos libres, incluso con sus hermanos tiene un fuerte convivencia y lazos de solidaridad establecidos.

Educación formal

Patricia realizó todos sus estudios en escuelas públicas. Los de nivel básico los realizó en una primaria federal que se ubicaba cerca del domicilio familiar, la escuela preparatoria la curso en la Escuela Preparatoria de Jalisco, de 1978 a 1981, y sus estudios de licenciatura los realizó en la Facultad de Administración de la Universidad de Guadalajara, de 1981 a 1986. Durante todos los años de educación que recibió ella se considera a sí misma como una mujer dedicada y comprometida con sus estudios.

Después de concluir con sus estudios de licenciatura, Patricia decide iniciar con estudios de posgrado, los cuales se ve obligada a interrumpir por causas ajenas a ella:

> Yo salí de la Universidad el 21 marzo 1986 y me titulé el 2 julio del mismo año, yo estudiaba, trabajaba, hacia mi servicio social y mi tesis… entré a la maestría en la época que la Universidad tuvo un paro… no

> recuerdo porque… y en ese tiempo se dio la oportunidad de entrar a trabajar como contralora en una empresa, pues ya no regresé… y luego cuando quise regresar ya no me revalidaron los dos años que había cursado, que tenía que hablar inglés y una serie de requisitos, y no valía nada de lo que había estudiado… tenía que empezar de cero… los costos eran altísimos… (Patricia, 2012)

Patricia no retomó sus estudios de posgrado, sin embargo, años más adelante, cuando ella ya era propietaria de su restaurante, detecta áreas de oportunidad en el manejo y toma de decisiones dentro de su ejercicio profesional, por lo que decide regresar nuevamente a la educación formal:

> … me di cuenta que tenía muchas mermas y mucha rotación de personal, dije, bueno, si algo no me gusta es no tener el control de mis cosas, me di a la tarea primero de tomar un diplomado en restaurantes que ofrecían en conjunto la CANIRAC y la Universidad Autónoma de Guadalajara… duró seis meses, era todos los sábados, era muy pesado muy cansado,… (Patricia, 2012)

Ella considera que una de las áreas de oportunidad entre los propietarios de los restaurantes es que no conocen los procesos reales y eso hace que no se mejoren los procesos y se optimice el manejo de los recursos:

> … como buena administradora de teoría, me faltaba empaparme y llenarme las manos de grasa, porque el gran error que tenemos los de oficina es que no nos vamos al campo, ese es el gran error, porque es muy fácil mandar decir: por qué tiras esos litros de aceite… los acabas de tomar, pues sí, pero no tenemos idea de cuántas frituras se hicieron… y si le entras, ahora sí ya… ya tienes las bases para hacer esa estadística… (Patricia, 2012).

Una vez que Patricia concluye el diplomado en gestión de restaurantes decide inscribirse al CONALEP y continuar con cursos de gastronomía y hotelería, toma cursos de comida mexicana, china-cantonesa, entre otras.

> … Decidí estudiar sobre diferentes estilos de comida y eso me abrió un parámetro mucho más amplio para compaginar la teoría con la práctica, y ahora te puedo decir con mucho orgullo que cuando me dice el personal "me voy", pues yo solamente puedo decir que te vaya bien, yo suplo en la cocina, dejo mi blusa de administradora y me pongo la bata de cocinero, ahora sí que, como dicen, me pongo mi filipina, ya se flamear, ya se hacer varias cosas, entonces ahora si ya no me hacen tonta tan fácilmente… (Patricia, 2012).

Descripción del restaurante

El restaurante se localiza en el corazón del centro histórico de la ciudad de Guadalajara. Fue fundado el 19 de Diciembre de 1996 y se caracteriza por ser un lugar que busca rescatar las tradiciones mexicanas recreando un concepto de alta cocina mexicana en un ambiente típico. La decoración del lugar realza aspectos importantes del país: su gastronomía, artesanía y música. La decoración del lugar incluye, plantas, fuentes y aves, así como artesanías mexicanas y diversas obras de arte, muebles rústicos y piezas únicas de alfarería, lo que lo convierte en un lugar tradicional. Por la noche la decoración incluye candiles de hojalata en forma de estrellas, de los que surgen destellos de luces que simulan una lluvia de luceros sobre la fuente central, otro elemento distintivo del restaurante son los pasillos iluminados por veladoras.

Es un lugar con una interesante arquitectura ya que sus instalaciones están enmarcadas por un edificio colonial que cuenta, además, con una galería de arte y artesanías. El restaurante se encuentra albergado en el edificio que fuera el primer convento de claustro de la ciudad de Guadalajara, el cual albergó durante años a la orden de las Carmelitas Descalzas, siendo después cuartel militar en la época de los cristeros.

Tiene una capacidad para 100 comensales y espacio para 40 personas en el área de bar. El servicio del personal encargado de atender las mesas utiliza un uniforme que represente los atuendos del siglo XVIII: camisa y pantalón de manta y fajas bordados. Sirven desayunos, comidas y cenas. Por la noche cuenta con música en vivo que van desde boleros y música mexicana, guitarra clásica, saxofón, salterio y piano. No cuenta con estacionamiento propio, sin embargo, ofrece tiempo de cortesía en los estacionamientos aledaños.

Su horario de servicio es lunes de 8:30 a.m. hasta las 6:00 pm, de martes a sábado de 8:30 a.m. a 12:00 a.m. Los domingos tienen un horario de 8:30 a.m. a 9:00 pm. Todos los días tienen dos turnos de trabajadores y actualmente tiene contratados a 30 empleados.

Sus productos están dirigidos a un segmento de mercado de clase media y alta. Su menú está conformado por platillos de la alta cocina mexicana, en la oferta de comidas y cenas encontramos el filete de res oro negro, el chamorro y una variedad de molcajetes, incluye diferentes sopas y cremas, como la llamada crema milpa y la especialidad de la casa, la pechuga San Francisco de Asís, la cual se sirve rellena de huitlacoche cortada en medallones, bañada con salsa de epazote y acompañada con arroz y

verduras con mantequilla. El menú ofrece chiles en nogada durante todo el año y una amplia variedad de postres y café mexicano.

Su menú de desayunos incluye desde los huevos al gusto, chilaquiles y enchiladas, hasta las puntas de res o de pollo. También ofrece especialidades y recetas propias de la casa, como son las Crepas del Convento, rellenas y gratinadas, con champiñones, flor de calabaza, pollo o rajas y opciones de paquetes que incluyen chilaquiles acompañados de frijoles y huevos. De bebidas ofrecen jugos recién preparados, licuados o café u ofrece la opción de buffet, con un costo de $120.00 por persona, o paquetes por $85.00. Los precios de comida o cena oscilan entre los $130.00 y $170.00.

Sus procedimientos de cocina son tradicionales, baños marías, salamandras, hornos, entre otros, sin embargo, utilizan tecnología cuando está al alcance de sus costos: "… yo siempre he dicho debes acortar tiempos porque la mano de obra es lo que te cuesta más caro, por eso yo trato de tener la tecnología, pero por supuesto que hay cosas que no están a mi alcance…" (Patricia, 2012).

Los restaurantes cuentan con una página web, Facebook y twitter. La página web del restaurante ofrece servicios de reservaciones en línea, además de hacer difusión sobre las promociones que oferta el restaurante. Actualmente Patricia tiene sociedad con su hermano en la propiedad del restaurante.

Inicio de la actividad empresarial

En el año 2000 Patricia inició sus actividades dentro de la rama restaurantera del sector servicios, se asocia con su hermano en un restaurante prácticamente en quiebra. Ella toma la decisión de iniciar con el restaurante después de una crisis económica y emocional:

> … este restaurante era de mi hermano y otro socio, mi hermano es arquitecto y yo llegué con ellos a administrar. Esto pasó cuando te comento que me fue muy mal, que casi, casi me fui de mojada a Estados Unidos, cuando perdí casa, coche y hasta pareja… (Patricia, 2012)

Nuestra entrevistada nos comenta que los recursos económicos con los que adquiere la sociedad fueron resultado de sus ahorros y de la venta de la casa en que vivía, y nos describe cómo fue que su hermano inició con la sociedad de este restaurante:

> … Mi hermano tenía un restaurante en Tlaquepaque, y yo lo administraba, se pone a remodelar aquí [su hermano es arquitecto de profesión]

> y se da la oportunidad de volverse socio de este restaurante, entonces se da la situación de que se vuelve socio de dos restaurantes… (Patricia, 2012).

Sin embargo, ella no se incluyó en ese momento a la sociedad, sino años más tarde, en una sociedad familiar.

Nuestra entrevistada reconoce que los primeros años del inicio de su actividad empresarial fueron muy complicados debido a que su incursión como socia al restaurante fue resultado de la ruptura de una sociedad previa: "… tú sabes que en una ruptura de socios siempre hay algo, yo me encontré muchas sorpresas, sorpresas como que estuvieron a punto de desalojarnos de aquí porque el anterior administrador no pago…" Ella hace referencia que su hermano de profesión arquitecto no tuvo la visión para las cuestiones financieras del negocio y al momento de incorporarse como socia ella fue quien tuvo que hacer las negociaciones, tanto del inmueble que arrendan como con los proveedores con quienes existían pasivos.

Patricia señala que el restaurante del cual es propietaria es de los pioneros en el centro histórico de Guadalajara, por lo tanto se siente afortunada porque tiene la oportunidad de innovar: "… el que pega primero tiene que pegar dos veces, nada más hay que reencauzar, reencaminar y reeducar, y así estuvimos trabajando con el apoyo de los proveedores y de los dueños del inmueble…" Incluso comenta que como parte del contrato de arrendamiento del inmueble, ellos se encargan del mantenimiento y conservación de la planta baja, que es donde se ubican físicamente las instalaciones.

Nuestra empresaria entrevistada nos comenta que además de la sociedad que tiene en este restaurante también es dueña de otro lugar de comida, el cual inaugura ante la crisis que se vivió durante la remodelación de calles del centro histórico de Guadalajara:

> … estuve pensando cómo sobrevivir a la crisis, aunque yo digo, no hay crisis solamente, se trata de áreas de oportunidad que la vida te va dando, te va haciendo más inteligente, más fuerte o te puede hacer más vulnerable también… (Patricia, 2012)

Patricia identificó un área de oportunidad para la venta de comida a las empresas y oficinas que se ubican cerca de la avenida La Paz y 16 de Septiembre y puso una antojeria que en sus palabras "… funciona más como cocina económica, en la que ofrecemos menú del día y desayunos…".

Capacidad individual y confianza

A pesar de no contar con el apoyo paterno en sus primeros años de vida, y sobre todo en sus decisiones profesionales, Patricia señala que pasó de ser una mujer insegura a ser una mujer capaz, ella se ve a sí misma como: "… una persona tenaz... contenta… pero no satisfecha… todavía... me considero una persona muy perfeccionista, demasiado perfeccionista diría yo… ordenada mas no cuadrada…"

Ella se considera como una persona normal que busca estabilidad: "… quiero tener una estabilidad emocional, laboral… y por qué no, ser materialmente estable… siempre tienes que tener un objetivo… luchar por algo ¿no? por esto te digo… sí… estoy contenta pero no satisfecha todavía…"

Patricia es una mujer con autonomía económica, autosuficiente e independiente en sus decisiones. Su restaurante le permite sentirse satisfecha pera a la vez lo ve como una responsabilidad muy grande, pero a lo largo de los años que tiene con el restaurante ha crecido su confianza y sobre todo su capacidad para administrar su negocio:

> … es una satisfacción muy grande, una responsabilidad también, una libertad, porque de alguna forma puedo crear, puedo transmitir y tengo la libertad de hacerlo. Es una responsabilidad en el sentido de que depende de mucha gente de mí, muchas familias, porque somos 30 familias, más los indirectos, proveedores y de una mala decisión que yo tenga puede influir en la economía de todos… y libertad porque tengo la libertad de andar haciendo actividades públicas o de beneficio social sin tener que estar pidiendo permiso… (Patricia, 2012).

Ella señala que a pesar de sentirse segura de sí misma, no es muy buena socializando, se considera como una mujer introvertida, pero con la ayuda del restaurante ha incrementado su capacidad para relacionarse con otras personas:

> … no soy una persona muy sociable, yo saliendo de mi área de trabajo cuido muy bien mi tiempo personal, familiar y mi tiempo laboral. No me gusta mezclar el trabajo con la familia o con las relaciones. Yo creo que el restaurante me da la parte social que no la tengo yo por personalidad… (Patricia, 2012).

Ante la imposibilidad de tener hijos, ella visualiza sus proyectos profesionales como si fueran sus hijos: "… yo todos los proyectos los veo como un hijo, ya que no tuve la oportunidad de ser madre… a lo que emprendo

le dedico el 100… no me gusta dejar las cosas a medias…" Patricia se considera una mujer abierta a las críticas, cree que aprende de ellas y la ha ayudado a ser mejor en su vida y en su carrera profesional:

> … por ejemplo, si tú me dices oye [Patricia] tu comida no estuvo buena… te lo voy a agradecer… porque tú misma tendrás la confianza de que sí algo no te gusto, la próxima vez que vengas ya no estará… y yo estaré segura que lo que ofrezco a mis clientes cumplirá con sus expectativas… (Patricia, 2012).

Podría decirse que actualmente Patricia es una mujer exitosa en los negocios, además de ser socia de su hermano, tiene otro pequeño restaurante también en el Centro Histórico, que es sólo de su propiedad, además de un despacho contable en sociedad con una amiga. Su actividad le ha valido reconocimientos públicos.

En el 2008 el restaurante de su propiedad recibió el galardón al mejor restaurante de Guadalajara, ella narra que no fue un proceso fácil, e incluso navegó contra corriente ante la incredulidad de su hermano de que podía ser acreedora al galardón:

> … lo hice a pesar de mucha gente, incluyendo de mí mismo sector y de la misma familia, que me decían, "¿A que te metes hacer esto si no estás preparada?, hasta mi socio. Pero yo siempre he dicho quiero y puedo, y si por algo no se pudo, me quedo con la experiencia y ver en qué falle para la siguiente oportunidad… (Patricia, 2012)

Además de este galardón, debido a la tenacidad de Patricia y a su capacidad para realizar gestiones en diferentes ámbitos sociales, culturales y políticos, el restaurante ha servido como anfitrión para eventos internacionales:

> … hemos sido sede de la Cumbre Iberoamericana, la FIL, Miss Universo, las cenas que daba el expresidente Miguel de la Madrid como parte del Fondo de Cultura… nos han filmado en programas como Un Gringo en México, en Discovery Channel, Euro Channel, el Canal Gourmet, entre otros… (Patricia, 2012).

No obstante, en el desarrollo de su actividad Patricia se ha enfrentado a diferentes conflictos y obstáculos que van desde motivos personales hasta discriminación por género.

Conflictos y obstáculos

En el desarrollo de su actividad profesional, Patricia se ha enfrentado a obstáculos y conflictos de diversa índole. Ella narra como en sus años de trabajo subordinado se enfrentó a situaciones de acoso:

> Yo también me he sentido alguna vez acosada, en ocasiones el hombre malinterpreta el hecho de que tengas una amistad como colega, como empresario, y a veces te dice: Está va subiendo porque seguro ya tuvo, ya hizo, porque las dio, o porque no las dio, así que mejor no las des o dalas a quien tú quieras pero sin que digas nada". Yo, en ese sentido, a quien yo quiero, lo voy a hacer, una cosa es que seas compañera de trabajo y otra de que se quieran pasar. Me pasó cuando era joven, ahorita ya no, tanto con superiores como con compañeros… (Patricia, 2012).

No obstante, el ser propietaria de empresa no la liberó de enfrentar discriminación de parte de sus pares, otros hombres de negocios con los que ella debía tratar. Formó parte de la mesa directiva de la CANIRAC, aunque fue retirada de su puesto:

> … me quitaron de ser tesorera de la CANIRAC sin darme una explicación, una parte porque soy mujer y la otra porque no soy corrupta. Pero como les dije, tan sencillo, me hubieran dicho y yo sé si lo hago o no lo hago, no hubieran tenido la necesidad de hacerlo de esta forma… (Patricia, 2012).

Otro tipo de obstáculos a los que se ha enfrentado por su condición de mujer se relaciona con sus procesos de toma de decisión en su restaurante:

> … en una negociación que estuve haciendo por una deuda que teníamos… por el hecho de ser mujer me dijeron que conmigo no trataban, fue un particular. Y me dijo, cómo iba yo muy modestamente con una cantidad: "no, no, no, no, no, eso no me sirve, yo no hago negocios con usted porque es mujer… (Patricia, 2012).

Incluso señala como una debilidad la falta de habilidades para trabajar en equipo y buscar un bien colectivo, señala que los empresarios inician con las guerras de precios, y al final se vuelve insostenible también para la competencia: "…no podemos bajar tanto los costos, porque digo te estás llevando el cliente pero estás acabando con un prestigio y entonces me pregunto si efectivamente ganarán algo…"

También se ha enfrentado a obstáculos de tipo burocrático, señala que para cada permiso o trámite de registro del restaurante es un exceso de papeles que solicitan y tiempo que se invierte.

> Otro de los grandes obstáculos es la cantidad de papeles que se necesitan para abrir un negocio o darle continuidad, aquí viene salubridad, protección civil, el sindicato, la Secretaría de Trabajo, el seguro social, Comisión Mixta de Seguridad e Higiene, la licencia municipal, bomberos, Infonavit, el SAT… Yo les digo: ya déjenme trabajar… y si a esto le sumamos la carga tributaria tan grande para los empresarios se vuelve muy complicado... (Patricia, 2012).

Patricia menciona que al llegar a la rama restaurantera se encontró con dos problemas muy grandes entre quienes trabajan directamente en la rama, por un lado, la cantidad de trabajadores adictos al alcohol y a las drogas, y el acoso sexual:

> … Yo me topé en la restaurantera con dos problemas muy grandes, el acoso sexual de los chefs a las cocineras, de hecho, corrí a uno, las amenazan y las presionan para que accedan a intercambiar sexo para subir de puesto… y su gusto por el alcohol… (Patricia, 2012).

Incluso señala que su socio es víctima del alcoholismo, por lo que ha tenido que enfrentar batallas emocionales difíciles, porque, además de la sociedad, es uno de sus hermanos.

> … llegamos a situaciones muy difíciles en donde hasta sus amigos y él mismo no querían pagar sus consumos, de que me tuve que poner dura y decirles ahora me dejas tu reloj y mañana voy por el dinero... De tener que hablarle a la policía para que pagaran e incluso sacarlos, hasta que mi hermano tocó fondo y de plano lo tuvimos que internar… (Patricia, 2012)

Sin embargo, además de enfrentar obstáculos como empresaria, también ha tenido que enfrentarse a conflictos y obstáculos en su vida personal, ella recuerda como uno de los momentos más difíciles la separación de su pareja, que incluso la hizo abandonar el país: "…cuando se da mi ruptura amorosa… puse distancia de por medio, pelé gallo, me fui a Estados Unidos unos meses… fue horrible, ni de chacha me daban chamba… Viví una discriminación de los mismos latinos…"

Estrategias de resistencia, compensación, negociación y subordinación

Como se observa a través del relato de Patricia, en su vida han existido situaciones de conflicto e incluso momentos decisivos que la han llevado a tomar decisiones para tratar de minimizar las consecuencias negativas de los tropiezos a los que se ha tenido que enfrentar. Ella ha emprendido de manera consciente una serie de acciones en las que trata de obtener los máximos beneficios de cada situación, algunas con éxito, otras sin el resultado esperado.

Después de la experiencia de vivir en Estados Unidos tras la separación de su pareja y con la posibilidad de incursionar como socia de uno de sus hermanos en un restaurante en el Centro Histórico, Patricia decidió afrontar el reto de sacar adelante un negocio que en sus palabras estaba en la ruina y a punto de ser embargado, sin embargo, la eficiente intervención de Patricia lo sacó adelante y lo convirtió en un lugar reconocido.

> … lo primero que me encuentro al abrir la carpeta es una orden de desalojo… tengo un hermano que es abogado y le enseñé ese papel y claro que me dijo: ¡ya los van a desalojar!... imagínate nada más la situación tan crítica con la que me encontré aquí en el restaurante… (Patricia, 2012)

En palabras de Patricia, ese fue el primer reto que enfrentó al tomar la co-propiedad del restaurante. Ella tomó la determinación de regresar a la vida el restaurante y emprendió las acciones que consideró necesarias para alcanzar este objetivo, dispuesta a sobreponerse, y sobre todo desarrollando habilidades para minimizar los efectos de los obstáculos que se comentaron en los párrafos anteriores, asumió una actitud autoritaria:

> … ante su negativa para tratar conmigo por ser mujer… le dije: si no lo quiere hacer usted mándenme alguien con quien yo pueda negociar… porque la dueña del lugar soy yo… Uno tiene que tener el carácter muy fuerte porque si no, no te imaginas… yo creo que en el pedir está el dar y por supuesto también el actuar… (Patricia, 2012)

Así, Patricia es una mujer enérgica, pero asegura tiene un liderazgo suave hacia sus empleados, afirma ser considerada con quienes son madres de familia, las apoya con útiles escolares y les otorga permisos especiales, incluso a todos sus subordinados, indistintamente de su sexo, trata de apoyarlos para se superen estudiando, en su opinión no con mucho éxito.

> … la gente no quiere estudiar … no se quieren preparar más, mira en la rama restaurantera, hay gente, me refiero a los trabajadores, gente universitaria, gente que tiene prepa, gente que no tiene ni la primaria y [a ellos] los mandamos para que se inscriban a la educación abierta de los adultos… y no quieren estudiar, es una gran incógnita que yo tengo, les digo: "no les da pena, yo que estoy ya tan vieja", porque yo siempre los motivo ya me voy a la escuelita, pero no quieren estudiar, y no sé por qué… (Patricia, 2012).

Otro aspecto importante en el que Patricia ha implementado estrategias que beneficien tanto a ella como a sus trabajadores tiene que ver con los incentivos para el ahorro y disminución de mermas en el negocio. Ella utiliza técnicas de motivación económica a partir de los ahorros que se presentan en el negocio e incluso para aquéllos que no llegan tarde o faltan a trabajar:

> … cuando representan un ahorro, por ejemplo con la luz, si yo hoy tengo un ahorro de luz del 20%, les distribuyó el 10%... para mí es motivarlos si me están ahorrando un diez después yo le recompensó con el otro 10… este tipo de cosas hacen que efectivamente apaguen la luz al salir (Patricia, 2012).

Con respecto a sus homólogos varones, ella establece una diferencia en el estilo de liderazgo, incluso los crítica señalando que:

> El hombre generalmente está pensando en generar dinero y pierde muchas veces de vista el valor humano, no es generalizado pero si frecuente. Mucha gente abusa de la necesidad de la gente, pero yo siempre he dicho: si abusas te expones a que te roben, pero si tú les das lo justo a tus colaboradores ellos mismos te cuidan (Patricia, 2012).

Ella afirma no tener problemas de mando hacia los trabajadores, comenta que "las mujeres son más rezongonas… pero ellas son más responsables en el trabajo…" mientras que los varones "…por dentro te mientan la madre o te digan lo que sea… son más respetuosos… no lo hacen en voz alta…" Aunque sí reconoce que cuando ella fue trabajadora subordinada, se guarda cierto recelo a los jefes, por lo tanto ella esta consiente que no todos los trabajadores la perciben de la misma manera.

A partir del problema de alcoholismo con su socio, que como mencionamos es su hermano, tomó en sus manos las riendas del negocio. Aunque tiene algún personal profesionalizado, ella decide las contrataciones, los menús, hace todos los trámites administrativos, también realiza una supervisión muy detallada sobre el trabajo de su personal, etc. Su labor

no ha sido sencilla, debido a que con la remodelación del Centro Histórico no tuvieron clientes por varios meses, pero no despidieron al personal y tramitaron un préstamo para solventar ese difícil periodo.

Para Patricia, solicitar este apoyo financiero es visto como una acción de sobrevivencia del restaurante, quien señala:

> … Muy a mi pesar en este momento tengo un crédito contratado con una institución bancaria, esto se debe a que los últimos dos o tres años la situación económica ha sido muy difícil y si a eso le sumas la apertura de las calles del Centro Histórico… hizo que bajaran mucho las ventas, esto fue un parteaguas porque se suponía que la obra iba a durar dos o tres meses y al final fueron más de ocho meses lo que esta calle duró cerrada… Pero eso sí, nosotros siempre abrimos y no hubo recorte de personal, así que eso fue lo que prácticamente nos hizo perder el equilibrio financiero. Es la única ocasión en la que yo he tramitado algún apoyo financiero… (Patricia, 2012).

A pesar de la permanencia, el éxito profesional y el reconocimiento que ha tenido Patricia en el ámbito restaurantero, ella considera que su vida personal no está en equilibrio. Para ella los hombres se atemorizan ante "… una mujer triunfadora… una mujer independiente que no se permite dominar por los hombres o las expectativas que estos tengan de las mujeres…". Ella señala con nostalgia que si no es con su familia no tiene con quien compartir las satisfacciones que su vida profesional le ha dado.

Redes de fortalecimiento

Patricia, además de ser miembro de la CANIRAC, también fue tesorera de la misma. Actualmente es tesorera en la Asociación de Comerciantes del Centro Histórico, donde es altamente reconocido su liderazgo.

A pesar de que su experiencia en organizaciones empresariales no siempre ha sido agradable, Patricia cree que mucho del éxito de un empresario se debe a su capacidad de interactuar y formar convenios entre empresarios. Se dice satisfecha del trabajo que realizó como tesorera de la CANIRAC, no sólo por ser la primer mujer en ocupar ese puesto, sino porque dejó utilidades en el año que ocupo el puesto. Como resultado de esta experiencia, ella decidió ocupar nuevamente el puesto de tesorera, pero en esta ocasión de la Asociación de Empresarios del Centro Histórico de Guadalajara, que tiene un aproximado de 1,700 miembros de diferentes ramas, no sólo restauranteros: "…hemos hecho un muy buen papel, es la

primera vez que estamos dos mujeres como parte de la mesa directiva… [se suprime el nombre] como presidenta y yo como tesorera…"

Para Patricia, participar en estas asociaciones representa ventajas y ha aprendido a captar recursos de diversos fondos para apoyar el desarrollo y expansión de las empresas:

> … nos hemos enseñado a bajar recursos para ciertas actividades que los empresarios desconocemos, hay muchos proyectos donde el recurso se va a fondo perdido... Hay programas a los que los empresarios pueden tener acceso por medio de las asociaciones, claro, no te lo dan gratis, algunos son a fondo perdido y otros son 50% y 50%... (Patricia, 2012).

Ella señala que a partir de su participación en esta segunda asociación han realizado actividades de difusión en la que su restaurante ha sido protagonista, el escenario sede fue el Cabañas:

> … nos prestaron el Cabañas y se hizo un espectáculo de edificio vivo, en el que a partir de reflejos de luces el edificio va contando su historia de cómo se formó, cómo se construyó, hermoso… los restaurantes dimos la degustación de alimentos…Y gracias a ellos hemos tenido mucho más turismo, fue un promedio aproximado de 100 promotoras turísticas… (Patricia, 2012).

Además de participar en estas dos asociaciones, también participa como presidenta de vinculación del Servicio Social en el Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica (CONALEP), plantel Zapopan; forma parte de la mesa directiva de una casa hogar y participa en el patronato del hospital psiquiátrico El Zapote.

> … mi hermano, el más chico, que en paz descanse, era bipolar, él dentro de su enfermedad nos enseñó mucho, él realmente fue un ángel y dentro de sus ideas eran poner un hospital psiquiátrico o una casa para los familiares de los enfermos, porque los enfermos están muy agusto internados y les dan sus alimentos, pero la familia que viene a verlos batalla más. Por eso es que tratamos de apoyarlos en la medida de nuestras posibilidades… (Patricia, 2012)

Simultáneamente a la participación en redes empresariales y asociaciones civiles, Patricia ha generado vínculos de apoyo entre mujeres que trabajan en la rama restaurantera, a quiénes llama afectuosamente sus compañeras, son las mujeres que conoció durante el diplomado en gestión de restaurantes que cursó y a través de los años ha desarrollado una sólida amistad, incluso emprenden proyectos juntas:

> … tuvimos la oportunidad de entrar a un concurso y ganamos… representamos a Jalisco 12 días en el paso Texas, en el Hotel Camino Real, fue una experiencia que me abrió más el panorama, porque ahí ves una tecnología que ni te imaginas y aunque desafortunadamente la tecnología viene a desplazar la mano de obra, te maravillas con los robots y las cosas que pueden hacer dentro de la cocina… íbamos a canales de televisión a entrevistas... cocinamos aproximadamente para 400 o 500 personas, éramos solamente dos chefs y tu servidora, que supuestamente iba de relaciones públicas… terminé siendo pinche de mis compañeras y ahí es cuando valoras y te das cuenta de lo ingenioso que puede ser el mexicano para solucionar problemas… (Patricia, 2012).

Ella se considera una mujer tenaz, a la que no le gustan los problemas, se considera una amiga leal y honesta y prefiere terminar con las relaciones de amistad, antes de perjudicar a alguien:

> Yo a mis compañeras las impulsó mucho, yo les digo que deben de prepararse, no debemos de depender únicamente del hombre, emocionalmente hablando de lo que se pueda tener, somos independientes, no por el hecho de que tengas una relación no debe hacerte perder que es un individuo, un ente físico totalmente diferente que tiene sus necesidades y sus distracciones, muy diferentes a las de tu pareja, que se pueda compaginar es otra cosa… (Patricia, 2012).

Innegablemente, Patricia también tiene una red de apoyo familiar con su madre, hermanos y primas. Además de la sociedad con uno de sus hermanos, una de sus primas es quien se encarga de las relaciones públicas del restaurante. Familiarmente mantienen una convivencia frecuente en la que de presentarse algún problema sabe que cuenta con el apoyo de los miembros de su familia, principalmente de su madre:

> … cuando fue la premiación del galardón al mejor restaurante, mi hermano no quería acompañarme… entonces le hable a mi mamá y le dije mamá [mi hermano] no quiere acompañarme, ¿qué tal si ganamos?... Total que le habla mi mamá a mi hermano y le dice la vas a acompañar, pero ya sabes, cómo un niño regañado, llega mi hermano todo guapo y dice bueno, pues, ya vámonos, y ahí vamos… (Patricia, 2012).

4. Reflexiones en torno a las empresarias restauranteras propietarias de medianas empresas

El relato de vida de nuestras empresarias entrevistadas nos permite señalar lo erróneo de considerar a las mujeres simplemente como víctimas, sin agencia (Wieringa, 1997). En las tres historias de vida observamos diferentes momentos y situaciones en las que ellas han tenidos que tomar el control de sus vidas, sus negocios e incluso sus familias, ciertamente en algunos momentos con éxito y en algunos otros sobreponiéndose a malos resultados.

Las tres empresarias reconocen en su actividad empresarial una posibilidad de crecer como individuos y prosperar económicamente. Incluso, podemos señalar que en el caso de estas empresarias su actividad directiva les exige una presencia diaria y casi permanente en sus negocios, su trabajo es absorbente y exhaustivo. Pero su nivel de ingresos facilita la conciliación del nivel doméstico y profesional, porque pueden contratar sin restricciones los apoyos que necesitan en lo que respecta a la atención de su familia. Tanto Alejandra, como Patricia y Mariana señalan que durante sus jornadas de trabajo cuentan con servicio doméstico, que les apoyan con los quehaceres del hogar.

Muchas veces las mujeres actúan con independencia en las esferas económica y política y no necesariamente han conquistado la autonomía en sus relaciones más cercanas. Nuestros casos de estudio han tenido experiencias negativas en el ámbito de las relaciones cercanas, no sólo con sus parejas, sino con miembros de su familia y con sus homólogos, empresarios varones.

Si bien es cierto que las tres cuentan ahora con el apoyo de sus familias de origen, al iniciarse en los negocios tuvieron que luchar por ganarse el reconocimiento de los miembros que la integran. En el caso de Alejandra, el cuestionamiento por su actividad empresarial la recibió por parte de su madre, para quién ella debiera dedicarse de tiempo completo al cuidado de los hijos. En el caso de Patricia se replica este comportamiento, pero en la figura de su padre, quien le cuestionaba la educación formal. Con Mariana también se observa esta situación, aunque en menor grado, debido a que la preocupación de sus padres era que ella terminara "sirviendo mesas".

Con respecto a la educación que recibieron en sus hogares, se puede decir que fue sexuada, en los tres casos sus padres insistían por mantener los roles tradicionales asignados a las mujeres: trabajo doméstico y maternidad, incluso en el caso de Patricia había una negativa de su padre

porque continuará sus estudios, ya que consideraba un desperdicio de recursos, debido a que "se iba a casar".

En los relatos de las tres empresarias se observa como sus hermanos hombres recibían privilegios a los que ellas por ser mujeres no tenía derecho, incluso tenían obligaciones hacía con sus hermanos hombres, lo que fortaleció el entorno familiar de discriminación a las mujeres, en que se replicaron y fortalecieron los roles tradicionales de las mujeres, como son cuidar, atender y proteger a los miembros masculinos del hogar.

No obstante, en el caso de Mariana y Alejandra, la admiración por su padre es un factor común, sin embargo, el reconocimiento a las labores en el hogar de la madre es ponderado por las tres. Las tres mujeres ven en su familia una red de apoyo moral y, como en el caso de Alejandra, también es económico.

Con respecto a la situación sentimental y relaciones de pareja de estas empresarias, no encontramos grandes similitudes, por lo que es difícil generalizar al respecto de si las parejas de las empresarias son un refuerzo o un obstáculo para su labor empresarial. Alejandra es casada y tiene tres hijos, Mariana está casada pero decidió no ser madre, ambas manifiestan recibir apoyo por parte de sus parejas, mientras que Patricia es soltera y sin hijos, esta última condición no es resultado de una decisión personal, sino de una condición médica y el rompimiento con su relación de pareja se convirtió en una de las causas de motivación para iniciar en el ámbito empresarial.

Pero las diferencias relacionadas con la maternidad en la vida de las tres empresarias nos lleva a reflexionar sobre la complicada vida de Alejandra, en donde podemos identificar una tensión entre el deber ser y el desear hacer (Alberti, 2002), porque a pesar de ser una mujer con capacidad para tomar decisiones en su vida, de negociar la unión matrimonial y el número de hijos, ella misma es quien decide realizar las actividades tradicionales asociadas a las mujeres y cumplir con las expectativas culturales que se esperan de ella por ser mujer.

Las tres empresarias incursionan en el ámbito empresarial restaurantero motivadas por diferentes factores, en el caso de Alejandra se debió en gran parte a la incompatibilidad de sus actividades como madre y al estancamiento profesional en el que se encontraba, para Mariana las cosas fueron diferentes, ella identificó la oportunidad de negocio a través de la nueva apertura de comercios cercanos a su domicilio. Finalmente Patricia, aprovechó una oportunidad empresarial familiar.

Las tres empresarias manifiestan sufrir de discriminación de género en diferentes etapas de su vida, mientras que Patricia fue discriminada

por otros empresarios que se negaban a tratar con ella los asuntos del restaurante y solicitaban la presencia de su hermano para llegar a acuerdos, en el caso de Alejandra, su casera condicionó la renta del local al trato con su esposo. Para Mariana se repite este patrón cuando de negociar con representantes sindicales se trata.

Su participación como miembros de las asociaciones les suelen traer ciertos beneficios a sus negocios. Son el espacio de encuentro que les permite promoverse en el ámbito económico, estar informadas de recursos y programas de apoyo para sus empresas y establecer redes con otros empresarios. No obstante, cabe señalar que estas empresarias no participan en otras organizaciones con demandas más específicas a su condición de mujeres. No han participado en talleres, cursos u otras actividades formativas en temas de género, ni realizan una actividad proclive a la defensa de los derechos de las mujeres.

También se observaron diferentes tipo de liderazgo a nivel de las relaciones obrero-patronales, en el caso de Patricia se aprecia un liderazgo suave, se manifestó una preocupación y responsabilidad por sus empleados y por el impacto que malas decisiones en los negocios puedan tener sobre ellos. Como se comentó en líneas anteriores, ella muestra una actitud solidaria con sus empleados y empleadas y afirma tener un liderazgo diferente al de los empresarios varones. No se observó así en los casos de Mariana y Alejandra, quienes aseguran que deben ejercer su autoridad entre hombres y mujeres. Las tres señalan que para el oficio de meseros prefieren trabajar con hombres porque reciben de mejor manera las órdenes, mientras que para las actividades de mayor confianza prefieren que sean mujeres quienes ocupen los puestos.

La actuación de estas empresarias, indudablemente ha contribuido al reconocimiento social del trabajo de las mujeres así como a la posibilidad, como señala Martínez (2004), del surgimiento de nuevas identidades femeninas. Los casos aquí presentados nos permiten observar mujeres con un elevado compromiso hacia el desempeño de su actividad empresarial y de cierta manera oposición al papel que tradicionalmente se asigna a la mujer en la sociedad.

Las empresarias entrevistadas no parecen ajustarse del todo a la tipología propuesta por Goffe y Scase (1985) cuando describen a la empresaria innovadora, señalando que estas mujeres tienen fuertes ideales de empresaria, pero con poco arraigo a los roles tradicionales de género, incluso establecen que su nivel educativo es alto y la motivación para iniciar su negocio es consecuencia de las restricciones a un crecimiento profesional, por lo que en los casos de estudio presentados existe similitud

con respecto a que las tres empresarias tienen estudios de nivel superior, sin embargo, no se puede generalizar que ellas han roto con los roles tradicionales de género, ya que una de ellas es madre de tres hijos, y no está dispuesta a sacrificar su convivencia con ellos, ni aún por el beneficio de su negocio. Una más no concibió debido a problemas médicos, pero manifiesta su frustración por este hecho. Con respecto a que el inicio de su empresa es resultado de un crecimiento profesional restringido, solamente en el caso de Alejandra se hace presente, mas no así en los casos de Patricia y Mariana.

Ciertamente, son mujeres emprendedoras que rompieron con los estereotipos sociales, que negocian con sus parejas el número de hijos y no delegan en los varones la toma de decisiones o el manejo de sus negocios, este perfil de empresarias se podría incluir como parte de la tipología de mujeres de negocios, descrito por Arias (2001), el cual se caracteriza por ser mujeres que se han vueltos más exigentes y críticas con respecto a los hombres, también coincide sobre el nivel educativo de las empresarias, las cuales tuvieron acceso a la educación superior, incluso existe la similitud de que han tenido que enfrentarse a alguno de sus padres para alcanzar su objetivo académico. No obstante, a diferencia de la tipología de mujeres de negocios, Patricia, Mariana y Alejandra han tenido la referencia de una actividad emprendedora de algún miembro cercano a su familia y han recibido apoyo moral o, como en el caso de Alejandra, económico para emprender su negocio.

CAPÍTULO VI

Empresarias restauranteras de micronegocios

El acceso de las mujeres al ámbito empresarial puede ser analizado desde diferentes aspectos: económicos, socioculturales e incluso políticos. No obstante, hablar de empoderamiento nos lleva a reflexionar en torno a atributos que tienen que ver con la confianza, la autoestima, la habilidad para relacionarse y comunicarse, los cuales repercuten de manera directa de la vida de las mujeres.

Es importante recordar que los casos descritos en este capítulo corresponden a mujeres que coinciden con la información estadística presentada por el INEGI. Las historias de vida de mujeres propietarias de micronegocios complementan los elementos de análisis para la reconstrucción de los procesos de empoderamiento de las empresarias. Así, en este capítulo se narran las historias de vida de mujeres que: son propietarias de micronegocios, sus estudios son de nivel básico, sus ingresos son similares a los de una jornada laboral como empleadas y el motivo por el que abrieron su local de comidas se debió a la sobrevivencia familiar.

Las entrevistas con las dos microempresarias de la rama restaurantera se realizaron durante el año 2014. Ninguna de las dos empresarias tiene registro en la CANIRAC, no obstante, cuentan con la licencia del ayuntamiento para preparar y vender comida.

A continuación los relatos de María y Ana, quienes inician con la actividad económica de ventas de alimentos motivadas por la necesidad de sobrevivencia de ellas y sus hijos ante un cambio en su estado civil.

1. "La única herencia que me dejo mi padre es enseñarme a trabajar" El Caso de María

El primer caso corresponde a María, que es una mujer que decidió incursionar en la rama restaurantera cuando pierde a su esposo y su negocio anterior; la tortillería dejó de tener las utilidades a las que ella estaba acostumbrada. Nuestra entrevistada tiene un local ubicado cerca del mercado de Santa Tere, en el que principalmente se venden desayunos y comidas. Tiene 59 años de edad, es originaria de Tlaltenango, Zacatecas. Es viuda, tiene cuatro hijos, de 43, 41, 39 y 23 años, de los cuales el mayor y el menor son varones. Ella solamente concluyó los estudios básicos, terminó la primaria. Es una mujer que actualmente se encuentra cansada y enferma debido a una vida con jornadas de trabajo muy largas y extenuantes, quien se lamenta de no haber tenido la oportunidad de continuar estudiando.

Antecedentes familiares

María creció en el segundo hogar formado por su padre y su madrastra, quienes procrearon cuatro hijos varones, siendo ella la mayor de los cinco hermanastros. Nuestra entrevistada fue abandonada por su madre a los once años de edad y como consecuencia fue educada por su padre y la segunda pareja del mismo. Su padre tuvo la figura de proveedor, mientras que la pareja de su padre, con quién nunca se casó, en palabras de ella "… solo se juntaron…" se dedicaba a las labores del hogar y al cuidado de ella y sus hermanos.

Su padre y su madrastra son originarios de Tlaltenango, Zacatecas, pero al momento en que él abandona a su madre, llegan a vivir a Guadalajara, y meses más tarde la madre de María la entrega a su padre y desaparece por completo de su vida. Nuestra entrevistada no guarda recuerdos felices de la infancia, incluso habla con recelo de la mujer que la crio "… nunca me trató igual que a sus hijos… frente a mi padre era una… pero él daba la vuelta y las cosas cambiaban…"

Sin embargo, al hablar de su padre las cosas cambian y se refleja en ella un recuerdo de admiración

> … desde que tenía 6 años… mi diversión en mi pueblo, era que mi papá me ponía unas pilas de maíz, de frijol, de cacahuate, de papás y yo vendía los domingos en el zaguán de mi casa… mi papá era el presidente municipal, estaba una situación económica buena, pero él siempre me enseñó el comercio... (María, 2014).

Incluso justifica el abandono a su madre debido al "mal carácter" que ella tenía y aunque no fue un padre amoroso siempre fue su pilar, le agradece que le enseñara a trabajar, y refiere una frase de su padre:

> … la única herencia que yo te puedo dejar es enseñarte a trabajar…" y gracias a Dios no se me ha acabado, todavía la tengo… todavía la tengo, porque decía: "yo te puedo regalar, un negocio, nada me costaría, pero si te lo regalo te dura 3 meses, entonces lo que a ti te cueste, lo vas a cuidar", y pues aquí sigo (María, citando a su padre, 2014).

María tuvo una infancia de carencia afectiva y rodeada de maltratos físicos por parte de su madrastra y padre, quien respondía de manera agresiva cuando se presentaba una diferencia entre su madrastra y ella, situación que provocó que no hubiera una buena convivencia entre hermanos. María es la mayor de cinco medios hermanos, los cuatro varones hijos de su madrastra.

Ella señala no ser rencorosa, sin embargó dice que la relación con sus hermanos es prácticamente inexistente desde la muerte de su padre: "… tengo cuatro hermanos a quienes no he vuelto a ver desde que él se murió… Pero ni falta que me hace, nunca se portaron del todo bien…" (María, 2014).

Composición familiar actual

María es una mujer viuda que procreó cuatro hijos, los tres mayores los concibió con su primer esposo, de quién enviudo. Años más tarde inicio una nueva relación con el padre de su último hijo, con quien nunca vivió. Ella contrajo matrimonio con Pedro a los dieciséis años y procreo tres hijos, el primogénito, un varón, y dos mujeres. Actualmente tienen 43, 41 y 39 años de años de edad. Tiempo después de enviudar se relacionó nuevamente y procreo a su cuarto hijo, un varón de 23 años.

De acuerdo con su experiencia personal, ella considera no haber tenido éxito en sus relaciones de pareja, describe a su esposo como un hombre muy ingrato y egoísta:

> ... fue un ingrato y… un cabrón… Y yo muy tonta… pero era muy joven… a los 16 años quedé embarazada y en cuanto Pedro supo salió corriendo… ya te puedes imaginar la situación en mi casa… yo única mujer en mi casa… embarazada y sin casarme… (María, 2014)

Uno de los momentos más difíciles en la vida de María fue el momento de hablar con su padre y decirle que estaba embarazada:

> … seguro fue una de las desilusiones más fuertes de mi padre… nunca me lo dijo… pero unos buenos si me puso… no me libré… ni por estar embarazada y ya te puedes imaginar el trato de su mujer… siempre le reprocho que por su falta de carácter conmigo… en el fondo creo que siempre se sintió culpable por el abandono de mi madre… y pues al final me apoyó… (María, 2014).

María sufre el abandono de su pareja al enterarse de su futura maternidad, no obstante, meses más tarde Pedro regresó, se casó con ella y tuvo dos hijos más. Ella comenta que su marido siempre dudo de la paternidad de su primer hijo debido a que los rasgos físicos del mayor son muy diferentes a los otros dos y los externaba cuando ingería bebidas alcohólicas, la situación afectó de tal manera la convivencia familiar que al cumplir la mayoría de edad su hijo decide emigrar a Estados Unido. "… ya era un adulto y se quiso ir… yo no me iba a meter en problemas por defenderlo…"

A pesar de la separación de su hijo, María asegura que vivía tranquila con sus otros dos hijos y su esposo, señala que tenía una situación económica cómoda que les permitió hacerse de algunos bienes inmuebles y tener ahorros. Ella era propietaria de dos tortillerías y su esposo tenía dos tortillerías más.

Años más tarde se enfrentó nuevamente a un problema familiar, al fallecer su esposo, quien dejo todos los bienes y ahorros a la mayor de sus hijas:

> … se hizo como mi papá… no trato igual a sus hijos… al morir, sólo le dejo la herencia a la mayor… ya te puedes imaginar cómo se pusieron las cosas entre mis hijos… siempre que hay dinero de por medio, se acaba el parentesco… me costó mucho trabajo hacerlos entender… por un lado el decidió y por el otro… mi hija que no quiso compartir con sus hermanos… (María, 2014)

Diez años después de su viudez, entabla una nueva relación con un hombre de su edad con quien tiene un hijo varón. Esta segunda relación es extramarital debido a que él tenía una familia. Su hijo menor lleva solamente sus apellidos debido a que el padre se negó a reconocerlo;

> ... pues ya no me volví a casar, pero me embarace de otro socio de cuando tenía la tortillería… era un hombre casado… pero yo estaba tan necesitada de amor y atención que no me importó… también cuando supo que estaba embarazada desapareció por arte de magia… pero el sí no regreso… nunca… (María, 2014)

María comenta que en el tiempo que tuvo la tortillería lo volvió a ver en algunas ocasiones:

> Pues que te digo… estábamos en el mismo gremio… y si nos topamos algunas veces… pero nunca volvimos a tener ningún tipo de contacto… tan es así que mi hijo no sabe quién es su padre… nunca lo registró y no lleva sus apellidos… ¿para qué?... no tenía ningún caso… (María, 2014).

Ninguno de sus hijos varones concluyó estudios superiores, sólo la mayor de sus hijas mujeres terminó una licenciatura en administración en la Universidad de Guadalajara. Actualmente vive en una casa de su propiedad con su hijo de 23 años, quien ocasionalmente la apoya en el negocio. Modificó las instalaciones de su casa para habilitarla como una casa huésped para estudiantes.

Educación formal

María realizó sus primeros años de estudio en una primaria rural ubicada en la cabecera municipal de Tlatenango, Zacatecas, lugar donde nació y vivió sus primeros años de infancia. Ella relata cómo sus maestras eran las señoritas del pueblo, hijas de los más ricos, siempre vestidas de colores gris o negro, señala que había tres maestras para todos los alumnos;

> … te miento si te digo que era feliz en la escuela… iba porque me llevaban… pero no me gustaba ir… la seño Martínez siempre te pegaba con una vara de madera… (María, 2014)

El acceso a la educación formal en el caso de María solo fue hasta a los 11 años, en los que terminó sus estudios de primaria. Ella considera que esto se debió a la separación de sus padres y la falta de interés de su padre y su madrastra porque continuara estudiando.

> … se separaron mi papá y mi mamá en ese tiempo y pues algo de descuido de ellos… y al llegar aquí a mí me entró la flojera y pues no, a nadie le interesó tampoco, seguía a gusto, sin presión pues, y pues bueno, tenía a quien echarle la culpa… (María, 2014).

Sin embargo, lamenta no haber continuado con sus estudios de manera formal, ella cree que esa sería la diferencia entre todo el tiempo y esfuerzo que tuvo que invertir en los puestos de los tianguis en los que trabajó por 10 años y tener un "buen negocio".

Durante los años venideros ella no volvió a tomar ningún tipo de educación formal, al cuestionarle los motivos señaló que el trabajo y los hijos

no le daban el tiempo para ponerse a estudiar y que los años que estuvo casada su marido veía como una pérdida de tiempo el que estudiará.

> … una vez, cuando estaba en la cámara [de molineros], se acercaron para decirnos que si queríamos terminar la secundaria en educación para adultos… como que medio me dieron ganas… pero cuando le dije… soltó una risotada y me dijo: "déjate de tus pendejadas"… (María, 2014).

Descripción del restaurante

El negocio de comidas está ubicado en el corazón comercial de Santa Tere, muy cerca del mercado Ávila Camacho o mejor conocido como Mercado de Santa Tere, ubicado en el municipio de Guadalajara. Se trata de una pequeña fonda que se dedica a la venta de alimentos durante el horario de desayuno y comida, de 8:00 a 17:00, de lunes a sábado, además de un puesto de comida en el tianguis de Santa Tere, los domingos.

La fonda se ubica por la calle Herrera y Cairo a una cuadra del templo de Santa Tere, mientras que el puesto del tianguis lo monta frente a la entrada del templo. Las instalaciones de la fonda se encuentran ubicadas en un local de aproximadamente 4 metros de frente por 10 metros de largo, tiene el área de cocina pegada al área de servicios y sólo tiene una separación en las instalaciones de un pequeño baño.

La fonda cuenta con espacio para atender simultáneamente aproximadamente a 20 o 25 comensales, las mesas y sillas son de un marca refresquera. Al ingreso a la fonda sólo se observa un pintarrón con el menú del día. En las mesas se puede observar un salero, dos vasos de aluminio, el primero con servilletas en su interior y el segundo con cucharas, tenedores y cuchillos. Mientras que el puesto del tianguis de los domingos está montado en tablones rectangulares que forman una L y bancos largos que siguen la misma figura, tiene un espacio de atención para aproximadamente 15 personas y sobre la larga mesa se pueden observar manteles de plástico con cuadros verdes y unas flores en colores rojizos, así como vasos con servilletas y cubiertos desechables, además de varios tazones con diferentes salsas.

La decoración en el local de la fonda es muy modesta, en las paredes se observan algunos cuadros viejos, que no tienen una congruencia entre sí, algunos son de flores, otros de peces y algunos más de construcciones asiáticas. Está pintada en color blanco, mientras que la fachada es de un color amarillo intenso.

Sus productos están dirigidos a un segmento de mercado principalmente de clase trabajadora, entre sus clientes se encuentran los tra-

bajadores de los comercios vecinos y, los domingos, de los asistentes al tianguis o al templo. Los alimentos que se venden en la fonda se pueden considerar antojitos mexicanos: menudo, pozole, tacos y quesadillas de comal, además de taquitos de guisados en tortillas recién hechas. También se pueden encontrar aguas frescas, jugos, cafés, chocomiles y refrescos. El costo de consumo por persona va entre los $40.00 y $70.00.

En el caso del puesto del tianguis, el principal producto son quesadillas de comal de diferentes guisos: champiñones, chicharrón, chorizo, flor de calabaza, huitlacoche, entre otros, así como refrescos y café. El consumo por persona oscila entre los $30.00 y $50.00.

Los procedimientos de cocina que utiliza son tradicionales, utiliza los implementos de cocina básica: cafetera, extractor de jugos, sartenes, licuadora, comal, estufa, refrigerador, todos ellos para uso del hogar. En el lugar trabajan María y dos empleados más, ella es la que cocina y ellos son quienes atienden. Para el puesto del tianguis además contrata a externos para que le monten y desmonten el puesto.

Inicio de la actividad empresarial

María nos comentó que el motivo principal por el que ella decidió aventurarse en la comida fue una opción para autoemplearse, se debió a su situación de viudez, en que los ingresos que representaba la tortillería ya no eran suficientes y le estaban pasando un puesto en el tianguis de Santa Tere, que es donde trabaja desde hace 20 años, y para el año 2010 decidió poner la fonda de manera permanente "cerca del barrio" (María, 2014).

Para nuestra entrevistada, la decisión de dedicarse a la preparación y venta de alimentos se debe a que "… era lo más fácil, ¿hacer de comer? ya lo hacia todos los días, además inviertes poco y le sacas mucho… la comida es muy noble…" Se reconoce a si misma incapaz de trabajar como empleada debido a sus deficiencias académicas y el ser trabajadora doméstica no era una opción para ella, señala que no estaba dispuesta a que la mandaran y le dijeran que hacía mal las cosas, por lo que vender comida le permitiría tomar sus propias decisiones sin que "nadie estuviera atrás de ella…"

Ella narra cómo surgió la idea de vender comida, primero en los tianguis y después también en una fonda:

> … La tortillería dejó de ser lo que era… de repente suspendieron los apoyos para las tortillerías y entonces pues uno le salía poniendo… Em-

> pecé trabajando en varios tianguis, pero luego se puso muy pesado… fue pasando el tiempo, empezaron las enfermedades, y pues yo ya no doy el rendimiento que daba antes, entonces me decidí a poner algo fijo… y quedarme con el puesto de Santa Tere, que es el que aunque no lo creas, es en el que mejor me va… (María, 2014).

María nos describe como fueron los inicios de su primer puesto en el tianguis:

> … mi hijo el más chico ya estaba creciendo y no quiso estudiar, él …se metió al deporte, era fisicoculturista, es todavía, y pues la verdad a mí me salía muy cara su manutención, porque llevan –la dieta– sí, y los tratamientos, cuanta cosa, entonces le dije: "Sabes qué hijo yo me voy al mercado", le dije: –tu quédate aquí en el negocio–… y yo me voy a vender comida al mercado, entonces comencé con un… ahí todo improvisado porque no tenía nada, me lleve un quemador y un comal y pues empecé a vender gorditas rellenas de comida y bendito Dios desde el primer día me fue muy bien… (María, 2014).

No obstante, al hablar de la puesta en marcha de la fonda, ella menciona "… todo estuvo más en orden, ahí ya tenía más cosas y el problema fue buscar el lugar, y luego que la "coca", me llevará las mesas y el refri… pero como en un mes ya estaba yo lista vendiendo mis quesadillas y gorditas…"

Nuestra entrevistada menciona que desde el inicio del negocio ella ha estado al frente del mismo, que los primeros meses ella era la única que trabajaba "… los hijos estudiando y yo sola… el más chico se quedó con la tortillería y pues yo trabajando en la comida para darle de comer…" Con el tiempo fue contratando gente que le ayudara, pero es muy clara cuando dice que sólo a servir: "… los 20 años quien ha cocinado soy yo, no he faltado un solo día a trabajar…"

Capacidad individual y confianza

A pesar de no contar con el apoyo materno en su vida, María decidió retomar lo aprendido de su padre e iniciar con un negocio propio, una tortillería. La tortillería fue adquirida por su padre y mensualmente ella cubrió los pagos hasta que formalmente fue, propietaria de la misma. Con los ingresos que obtuvo compro una segunda tortillería y una casa.

Señala que su padre, a su manera, siempre le inculcó la necesidad de ser autosuficiente, que incluso lo aprendió "a la mala", porque cuando

era necesario hacer algún trámite con las tortillerías, a pesar de que su padre era el presidente de la Cámara de Molineros, la enviaba a resolver cualquier problema.

Ella señala que, con los años y envuelta en el matrimonio, le pasó una de las tortillerías a su entonces esposo, quedando bajo su administración solo una de ella y al momento de fallecer su esposo, ella recibe la sorpresa de que los bienes que había adquirido junto con su esposo estaban a nombre de él y se volvieron la herencia de la hija mayor, dejándola a ella y a sus otros dos hijos sin dinero. En ese momento se da cuenta que tiene que tomar las riendas de la economía del hogar e incursiona en el negocio de los alimentos.

Sin embargo, durante los años de mayor vigor y fortaleza, María recuerda haber sido una mujer capaz de enfrentar la vida, señala que nunca necesitó de nadie para tomar decisiones, pero que el mayor de sus errores fue confiar en la gente que tenía a su alrededor, como su esposo, en quien no sólo confió su vida y la de sus hijos, sino que dejó a su nombre el patrimonio en el que ella también había contribuido.

> Me dolió mucho, fueron tiempos difíciles, nunca me pude explicar… la traición de él y el egoísmo de ella [refiriéndose a su esposo e hija)… los eduqué igual y compartieron todo, cómo ella pudo ser tan egoísta… pero mi trabajo fue hacer entender a los otros dos… y no creas, todavía ahorita, cuando se pelean, se sacan los trapitos al sol… Como ella es la que si estudió… también le dicen que es una creída… (María, 2014).

Incluso, María señala que la confianza en ella misma creció con los años, al ver que sus hijos, salían adelante y emprendían sus propios negocios, incluyendo su hijo que emigró a Estados Unidos en 1989 y que actualmente ya cuenta con permiso para trabajar.

Como se mencionó en párrafos anteriores, María inicio su incursión a la preparación y venta de alimentos en el mercado informal. Durante más de 10 años ella tuvo que hacer uso de sus habilidades de negociación para poder instalarse en diferentes tianguis cada día de la semana:

> … era cuestión de ganarse los lugares, tuve que comprar el espacio, pero sobre todo tenía que ser constante, tenía que madrugar muchísimo para buscar a los coordinadores y para que me acomodaran una vez en un lugar, una vez en otro… (María, 2014).

A partir de esta experiencia, ella decide buscar un puesto fijo en uno de los tianguis más grandes de Guadalajara y un local donde establece

una fonda de venta de comidas corridas, todo por la misma zona comercial, Santa Tere.

Así, María se ve a sí misma como una mujer luchadora y persistente, sin embargo, se siente cansada. A los 59 años de edad se considera una mujer vieja y enferma, por lo que entre sus intereses a corto plazo es retirarse de la venta y preparación de alimentos, para ocuparse de los nietos e intentar tener una vejez digna.

Conflictos y obstáculos

En el desarrollo de su actividad profesional María nunca tuvo un trabajo subordinado, siempre ha sido propietaria de los mismos, sin embargo, se ha enfrentado a obstáculos y conflictos de diversa índole.

Al preguntarle sobre conflictos y obstáculos en su vida, al primero que hace referencia es al que mantuvo con su padre, el cual señala estuvo presente en su vida por algunos años, incluso cuando él ya estaba muerto. No entendía cómo a pesar de ser su hija la mayor, la única de matrimonio, no la dejará protegida al momento de su muerte.

Otro problema que tuvo que enfrentar en el ámbito familiar fue en el momento de la herencia de su difunto esposo, que, como se mencionó anteriormente, la dejó fuera a ella y a dos de sus hijos, lo que ocasionó que entre hermanos se enfrentaran y ella tuvo que mantenerse imparcial a pesar de no estar de acuerdo con la decisión de su marido.

Para María los principales obstáculos a los que se enfrenta en la actualidad están relacionados con su salud, ella padece diabetes e hipertensión y en los últimos años ha sufrido dos infartos, actualmente está asegurada en el IMSS como beneficiaría de su hijo menor, pero señala que la mayor parte de su vida los gastos que se generaron por salud tuvo que absorberlos de sus ingresos, incluyendo los dos infartos.

En el ámbito laboral ella se enfrenta a la falta de compromiso de las personas que trabajan para ella, señala que es muy frecuente que contrate gente para que le ayude a levantar ordenes, servir, limpiar mesas y lavar trastes y no vayan a trabajar. Señala que no sólo le sucede en el puesto, sino también en la fonda. Ella comenta estar consciente de que esto se puede deber a la informalidad en la que trabajan sus empleados, no los registra ante al IMSS y su pago es un salario semanal más las propinas, por lo que si no asisten a trabajar su sanción es que no les paga el día.

Otro de los conflictos a los que se ha enfrentado recientemente fue a la repavimentación de la zona comercial donde se encuentran estableci-

dos sus negocios. María relata que el Ayuntamiento les notificó que duraría un mes la reparación de la calle, sin embargo, esto no sucedió así, estuvieron casi tres meses con las calles abiertas y tanto su fonda de alimentos como su puesto de tianguis se vieron afectados: "Fueron casi tres meses. Ahí sí estuvo pero duro, yo salí así con el último centavo… gracias a Dios no tuve que endeudarme ni nada, pero si saqué todas mis reservas de donde había…"

Incluso señala que además del problema que fue la renovación de las calles, la situación económica ha afectado sus ventas, las cuales en el último año se han reducido en más de un cincuenta por ciento, incluso aclara que tuvo que recortar a la mitad del personal que le ayudaba, pasó de tener hasta siete trabajadores, luego a cinco y ahora son solo dos, ella señala que: "… ahorita ya no se vende lo que se vendía antes, ni esperanzas, antes hacían cola para pagar, ahora quisiera que hicieran cola para pedir..."

Dando una mirada al pasado, María recuerda que enfrentó obstáculos profesionales al momento de dejar la tortillería y meterse a cocinar, señala que nunca tomó clases de cocina y que los guisados eran resultado de las recetas que pedía a sus conocidos, o lo que ella aprendió a cocinar cuando vivía con su padre y su madrastra.

Y con respecto a los permisos en el Ayuntamiento, ella realizó todos los trámites, sin embargo, la falta de conocimientos y su inexperiencia hicieron que María fuera ignorada por algunos funcionarios: "… te ven ignorante y quieren ofenderte… pero no sabré leer muy bien… pero de que les dije sus buenas cosas… se las dije…"

Estrategias de resistencia, compensación, negociación y subordinación

A través del relato de María podemos observar que en su vida se han presentado problemas y conflictos que la han llevado a tomar decisiones para tratar de minimizar las consecuencias negativas de las circunstancias que ha tenido que enfrentar, por lo que ella ha emprendido de manera, consciente o inconsciente una serie de acciones para no verse afectada por la naturaleza misma de los problemas.

Desde los primeros años de vida, María siempre luchó por llamar la atención de su padre, imitando sus acciones como comerciante, desde antes de asistir a la escuela ella vendía una serie de productos que le proveía su padre, asegura que no fue por necesidad económica, sino por imitarlo ya que desde pequeña sintió una gran admiración por él.

Los siguientes años de infancia ella aprendió a vivir con una mujer que no era su madre y con sus medios hermanos, que, como se describió con anterioridad, ella no recibía un trato amable y cariñoso de su parte, sino por el contrario, ella mantenía una lucha constante con su madrastra por no ser exhibida con su padre, ya que su madrastra buscaba a toda costa un enfrentamiento entre ella y su padre. Ella aprendió a realizar las labores del hogar como una forma de evitar conflictos y golpes.

A los dieciséis años de edad la sorprende el primer embarazo, que si bien es cierto terminó formando una familia con el padre de su primer hijo, ella comenta que nadie habló con ella sobre métodos anticonceptivos a pesar de que el padre de sus hijos era diez años mayor que ella, pero después de enfrentar a su padre y recibir golpes por última vez, vio en la maternidad la posibilidad de dejar de atender a sus hermanos, porque ella hacia las funciones de una trabajadora doméstica: "… era algo así como la gata… lavaba… planchaba… barría… de todo… hasta hacía de comer…"

Durante los casi 20 años de matrimonio ella dejó en manos de su esposo la administración patrimonial del hogar y los negocios, al grado que cuando él muere ella y dos de sus hijos, un varón y una mujer, quedan desprotegidos, por lo que se ve obligada a buscar una actividad que les permitiera sobrevivir. Ella vio en la preparación de comida un trabajo natural en que podía autoemplearse con apoyo de sus hijos.

La venta de comida no fue un proyecto al que ella tuviera acceso de manera planeada, María narra que ante la necesidad de darle de comer a una de sus hijas –porque uno vivía fuera de México y la otra había recibido una herencia con la que se mantenía y el cuarto hijo todavía no nacía– vio en la cocina una opción en la que no se requería de mucha inversión ni conocimientos, por eso optó por empezar a cocinar.

Ciertamente, la venta de comida no fue el primer negocio de María, como se mencionó, ella inició con una tortillería, la cual fue financiada por su padre y se adquirió como apoyo económico por su reciente embarazo. Durante 20 años en su hogar se recibieron los ingresos por concepto de ventas de cuatro tortillerías; ella y su esposo fungían como cajeros en dos de ellas. Durante estos años María fue quien realizó todos los trámites necesarios, debido a que su padre fue presidente de la Cámara de Molineros y a su muerte ella mantuvo los contactos de su padre.

Ella asegura que el tener un negocio propio es algo que aprendió de su padre, que fue él, dentro de su carácter enérgico, quien le dio las pocas herramientas para sobrevivir, ya que no tenía estudios:

> Mira hija, dijo, si las demás personas no se enseñan, a mí no me importa, lo que quiero es que tú te enseñes, porque yo no te voy a durar toda la vida, y yo no te voy a solucionar tus problemas toda la vida, tú tienes que enseñarte a hacer todas tus cosas… (María, 2014)

Ante la falta de educación formal y reconociendo que ella solamente sabe leer y escribir, su ir y venir en los negocios propios la ha vuelto una administradora empírica, que sabe que lo que vende tiene que ser mayor que lo que gasta: "…con tantos años… uno termina a puro ojo… haciendo cálculos…" No obstante, María señala que a pesar de las habilidades que pudo generar para sobrevivir en el negocio de la comida durante 20 años, este último año se ha agravado más la venta de alimentos:

> ... yo creo que todo mundo anda mal económicamente, o sea los mercados, los tianguis aparte, yo he visto que están muertos, y vendase lo que se venda, yo al principio decía ¿será mi comida? ¿Dónde estoy fallando? ¿Qué pasara? Y no, pues empiezo a platicar con todo el mundo y todo el mundo está igual, los abarrotes, las zapaterías, las tiendas, o sea es general, no es exclusivo… (María, 2014).

Redes sociales de apoyo

María es una mujer que se considera a sí misma una persona solitaria, por sus antecedentes familiares, nunca ha formado parte de una red familiar, sino por el contrario, manifiesta que siempre fue excluida de ellas. Sin embargo, esta situación se modificó un poco al paso de los años en que sus hijos crecieron y que ahora a pesar de las diferencias entre ellos se apoyan.

Ella menciona que los rencores por la herencia que dejó su marido en una sola de las hijas, ya quedaron en el pasado, que siguen presentándose discusiones entre ellos, pero las consideras normales entre hermanos. Ahora, cuando ella está enferma, sus hijas y su hijo el menor la acompañan o la ayudan con el negocio cuando es indispensable. Incluso comenta que por las tardes es visitada por sus nietos e incluso bisnietos: "…son seis nietos y cuatro bisnietas, pues así va creciendo la familia, son los que te recuerdan cuantos años tiene uno…"

María señala que cuando sus hijos estaban pequeños, ella siempre se hizo cargo de los niños, cuando salían de la escuela llegaban ellos solos a la tortillería y ahí les daba de comer y a las cuatro de la tarde que cerraban se los llevaba a la casa a hacer su tarea. Comenta que nunca se apoyó en nadie, en primer lugar porque ella "no tenía familia" y en segundo lugar porque al padre de sus hijos "… no le parecía que yo tuviera amigos".

No obstante, al momento de enviudar, María inicia con la formación de redes de solidaridad con sus vecinos, tanto del hogar como de la fonda, e incluso con quienes comparte locales cercanos en el tianguis, actualmente ella los considera como sus apoyos cercanos y es a quienes acude cuando tiene algún inconveniente y no están sus hijos cerca. Señala que sus amistades, más que otra cosa, son un desahogo para hablar con alguien, porque la mayor parte del tiempo la pasa en el negocio, sola o con su hijo menor, pero en ocasiones siente la necesidad de interactuar con otras personas.

Con respecto a su participación en asociaciones formales, María comenta que en el tiempo que fue propietaria de las tortillerías, fue afiliada de la Cámara de Molineros, la cual era presidida por su papá, sin embargo no participo activamente, solamente se refiere como socia y beneficiaría de los servicios que se ofrecían en ella, pero sin contar con ningún privilegio extra. Señala que, al contrario, su padre seguía siendo exigente con ella y no le facilitaba en absoluto ningún trámite, sino por el contrario, la hacía responsable de la realización del mismo.

En el momento de la entrevista María había terminado de remodelar su casa, estructurando una casa de huéspedes dirigida principalmente a estudiantes, debido a que su hijo que vive en Estados Unidos contactó a una institución educativa que envía semestralmente alumnos a Guadalajara y desde hace un año empezó a hospedarlos, pero vio la oportunidad de incrementar los ingresos con unas adecuaciones a la casa, por lo que de estar recibiendo dos estudiantes ahora está en posibilidad de recibir a seis "…quedaron seis recamaras con sus bañitos… muy limpiecito y con las cosas que necesitan para sus estudios…" Señala que además del contacto que hizo a través de su hijo, "…ahora los muchachos me recomiendan… entre ellos se pasan la voz."

2. "…Me siento súper cansada porque… no tengo un día de descanso, si no trabajo… mis hijas no comen". El Caso de Ana

Ana es una mujer que decidió incursionar en la rama restaurantera presionada por las circunstancias económicas de su hogar. Ella tiene una fonda ubicada en Zapopan, en la que principalmente se venden desayunos y almuerzos. Tiene 41 años de edad, es originaria de Huaxtla, Jalisco. Es soltera, tiene tres hijas, la menor de 5 años, la siguiente de 6 años y la mayor de 13 años de edad. Ana solamente concluyó los estudios básicos,

terminó tercer año de secundaria. Es una mujer cuya principal preocupación son sus hijas, motivo por el cual abandonó su trabajo anterior como cajera en un negocio de venta de toners y cartuchos para impresoras.

Antecedentes familiares

Ana ocupa el quinto lugar entre siete hermanos, tres hombres y cuatro mujeres. Creció en una familia nuclear, cuyo proveedor siempre fue su padre, mientras que su madre se dedicaba a las labores del hogar y el cuidado de los hijos. Su madre y su padre son originarios de Huaxtla, Jalisco, una población ubicada en el municipio de El Arenal, y al casarse mantuvieron el lugar de residencia. Su madre contrajo matrimonio a los 15 años mientras que su padre era 8 años mayor.

Ella considera que tuvo una infancia feliz: "…mi mamá siempre estuvo con nosotros a pesar de que nos hiciera falta [dinero] …porque también no teníamos todo, nos hacían falta muchísimas cosas…" Señala que su padre fue agricultor, se dedicó al cultivo y cosecha de la caña.

Ella recuerda a su padre como un hombre cariñoso, sin embargo, por el consumo del alcohol tenía reacciones muy violentas: "… sin alcohol mi papá a nosotras, siempre nos hacía cosquillas, no eran muchas las ocasiones, pero sí, tengo recuerdos mucho más cariñosos con mi papá que con mi mamá…" Para Ana, su padre fue un hombre muy duro, de tradiciones muy arraigadas, siempre se opuso a que sus hijos estudiaran, él mantenía la creencia de que las mujeres no necesitan estudiar, cuando su fin único es el matrimonio, mientras que en el caso de los hombres, para sembrar y cortar caña no era necesario ir a la escuela.

A su madre la recuerda como una mujer dura, siempre corrigiendo y regañando por todo, sin embargo, la considera como una sobreviviente, al poder sacar a sus hijos adelante: "… mi mamá era muy dura… siempre exigiendo que ayudáramos con la casa, pero también era muy buena, imagínate mi papá por andar de borracho no daba dinero en la casa… y de comer nunca nos faltó".

Para nuestra entrevistada, sus padres fueron una imagen de lo que ella no quería para su futuro: "… siempre dije, no quiero un marido alcohólico y sí… no fue alcohólico… pero tampoco responsable ni trabajador…" Su padre murió en el 2007, ella refiere la pérdida de su padre como una prueba: "… ya estaba viejo… además por el alcohol… muy acabado… pero aun así nunca te resignas a la muerte de tus padres…" Su madre continúa con vida, es una mujer de 65 años a la que visita frecuentemen-

te: "… a ella le encanta que le lleve a las niñas… sigue igual de regañona, pero disfruta que mis hijas estén en su casa…"

Otro recuerdo importante de Ana sobre el carácter de su padre, tiene que ver con la diferencia que el hacía entre los hijos varones y las mujeres:

> … con ellos era bien duro y los regañaba bien mucho y no les hablaba como a nosotros ni nada, a ellos si les pegaba con un palo, a nosotras no… jamás, si nos regañaba por cualquiera cosita, que no anduviéramos descalzas y ese tipo de cosas, pero con ellos si fue un poco más duro mi papá, y con uno de ellos más, con el mayor, y luego sigue Martin, con el más, porque Martin era más rebelde, entonces a él siempre lo trató un poquito más mal que a los demás… (Ana, 2014)

Al cumplir los quince años, ella, sus tres hermanas y el menor de sus hermanos deciden cambiar su residencia a Guadalajara en busca de mejorar su calidad de vida, al llegar encuentran una casa donde vivir ubicada en el municipio de Tonalá, donde ella vivió por trece años, mientras que dos de sus hermanas se regresaron a Huaxtla al poco tiempo de llegar a la ZMG. Ella y sus hermanos que permanecen en la ZMG intentan continuar los estudios, pero la situación económica no se los permite por lo que inician a trabajar. Sólo la mayor de sus hermanas estudio la licenciatura en educación preescolar, por una beca que recibió de la normal.

Las edades de sus hermanos tienen diferencia de un año, es decir el menor tiene 39 mientras que el mayor 46 años. Su relación con sus hermanos es buena, sin embargo no existe mucha cercanía, a excepción de su hermana Susana, que es con quien mantiene mayor contacto, cuatro de sus hermanos continúan viviendo en Huaxtla y sólo ella y los dos menores viven en Guadalajara.

Composición familiar actual

Ana es soltera, pero vivió por seis años en unión libre con el padre de sus tres hijas. En el año 1999 inicia una relación con Raúl, quien era 10 años mayor que ella, unos meses después queda embarazada de la mayor de sus hijas, sin embargo, el padre de la niña al momento de saber del embarazo desaparece por algunos años. Por lo que ella, en su calidad de madre soltera, decide sacar adelante a su criatura. Consigue un trabajo de jornada completa de lunes a viernes y dentro de las prestaciones que recibe es la guardería para su hija, por lo que combina sus tiempos entre trabajo y maternidad.

A partir del nacimiento de su primera hija, en el año 2001, un hermano de su madre, que vive en Estados Unidos, decide prestarle una casa ubicada en el municipio de Zapopan a cambio de que se haga cargo del pago de los servicios e impuestos que ésta genera, por lo que a partir de este año ella vive sola con su hija.

Cinco años más tarde, el padre de su hija la busca nuevamente y decide reiniciar la relación, accede a vivir juntos y en el 2007 se embaraza por segunda ocasión, dando a luz a una segunda hija. Meses más tarde, durante la lactancia y sin método de control de la natalidad, se embaraza de su tercera hija, quien nace en el 2008. Esta nueva composición familiar la obliga a dejar su trabajo debido a que la mayor de sus hijas ya no podía estar en la guardería por su edad y se le complicaban mucho las jornadas escolares y de guardería de sus hijas, con su horario de trabajo.

Ella comenta que desde el 2006 que decidió vivir con Raúl, él tuvo un trabajo formal como capataz de un rancho de un familiar, por dos años, sin embargo, un día "el primo desapareció" y con él el trabajo, por lo que a partir de esta fecha sólo apoyaba a sus familiares en los negocios que tenían. Señala que Raúl proviene de una familia de buena posición económica que siempre le ofrecía "chambitas" para que se ganara algo de dinero, pero nunca aportó una cantidad fija para el mantenimiento del hogar. Por lo que esta composición familiar, en la que ella, su pareja y sus tres hijas vivían bajo el mismo techo se mantiene hasta el año 2011, cuando cansada de que Raúl no trabaje decide separarse de él y "correrlo de la casa".

A partir del 2011, ella vive sola con sus hijas en el domicilio que hábito desde que tuvo a su primera hija, no cuenta con ayuda doméstica de ningún tipo, ella es la única responsable del cuidado del hogar y de sus hijas y no recibe ningún apoyo económico por parte del padre, debido a que no tiene trabajo formal y al solicitar asesoría legal para pedir pensión alimenticia, el abogado le notificó que ante la informalidad de los ingresos de Raúl, él podría contrademandar solicitando que ella fuera quien le otorgará pensión.

Educación formal

Ana realizó sus estudios en su poblado natal, Huaxtla, Jalisco, ahí cursó los estudios de nivel básico en la única escuela primaria que había en la población, ella recuerda tener que caminar por casi media hora para poder llegar a la escuela, su horario era de lunes a viernes de 8:00 am a 12:30 pm.

Al concluir con sus estudios de primaria, Ana tuvo la oportunidad de continuar sus estudios en una secundaria técnica, por lo que de 1985 a 1988 fue alumna de la Secundaria Técnica No. 1 de Huaxtla, Jalisco.

Cuando Ana termina sus estudios de nivel básico, ella le "implora" a su mamá el seguir estudiando, ella quería cursar una carrera técnica, como secretaria, sin embargo, ante la falta de apoyo de su padre por continuar los estudios y la falta de recursos económicos de su madre, no pudo estudiar secretariado:

> … cuando yo salí de la secundaria yo le imploraba, yo le imploré y le decía: ¡Mamá yo quiero seguir estudiando! Yo quería estudiar para secretaria, sabes, me llamaba muchísimo la atención todo… lo de escribir a máquina y estar sentada en un escritorio, por eso yo trabaje ahí en donde te digo. Entonces yo le imploré a mi mamá como no tienes idea, a mi papá no, porque yo sabía que mi papá no iba a querer… de hecho, mi papá ni siquiera quería que estudiáramos la secundaria… (Ana, 2014)

Una vez concluidos los estudios de secundaria y ante la imposibilidad de seguir estudiando en su lugar natal por la falta de escuelas técnicas o de bachillerato, ella, en compañía de cuatro de sus hermanos, se trasladan a Guadalajara con la intención de estudiar, sin embargo, las condiciones de precariedad económica de sus padres imposibilitan que ellos les manden recursos para su manutención, por lo que Ana comienza a trabajar e interrumpe de manera permanente su acceso a la educación formal.

Ana señala que una vez que inicia con su actividad laboral, sólo recibe orientación y capacitación sobre las funciones que realizaría en cada uno de sus puestos de trabajo, sin embargo, en ninguno de ellos asiste a cursos y después de que inició con la maternidad, la escuela para ella ya no es una opción.

Descripción del restaurante

Es importante aclarar que en este caso de estudio, cuando nos referimos al restaurante, estamos hablando de una pequeña fonda localizada en el municipio de Zapopan, cercana a una zona semiindustrial, un parque, un gimnasio y dos escuelas públicas. El restaurante se dedica a la venta de alimentos durante el horario de desayuno y almuerzo.

Las instalaciones de la fonda se encuentran ubicadas en una remodelación que nuestra entrevistada realizó a la casa donde vive, conectó la cochera con una habitación en la entrada y la cocina, dejando la habita-

ción y la cochera como área de servicio para los comensales, cuenta con una barra alta con bancos, la cual tiene vista a la calle. Toda la instalación tiene acceso separado a la casa. Desde la calle se puede observar un letrero hecho en lona, el cual tiene impreso con letras verdes el nombre.

La decoración es muy modesta, son mesas y sillas de plástico y cuenta con algunas plantas en el espacio dedicado a la atención de los clientes, en la mesa se puede observar solamente un servilletero y un recipiente con azúcar, se caracteriza por la limpieza del lugar y se percibe un olor a cloro todo el tiempo. El área dedicada a la limpieza se encuentra en la cocina, la cual cuenta con una doble tarja para la limpieza de los utensilios y un patio que comunica la cocina con la casa, en el que se puede apreciar un lavadero, escobas, trapeadores y sacudidores.

Sus productos están dirigidos a un segmento de mercado principalmente de clase trabajadora, entre sus clientes se encuentran los trabajadores de las fábricas vecinas; entrenadores, empleados y clientes del gimnasio así como maestros y padres de familia que compran el desayuno de los niños de las escuelas cercanas. El menú de desayunos y almuerzos incluye: jugos naturales, licuados, café, quesadillas, sándwiches, lonches, huevos, biónicos, escamochas, gelatinas, flanes y galletas integrales pre empacadas. Su menú puede considerarse muy específico por el horario de servicios y tipo de alimentos, y el costo de consumo por persona va entre los $20.00 y $60.00.

Sus procedimientos de cocina son tradicionales, cocina de acuerdo con lo que aprendió de su mamá, utiliza los implementos de cocina básica: cafetera, extractor de jugos, sartenes, licuadora, comal, estufa, refrigerador, todos ellos para uso del hogar.

Su horario de servicio es de 7:00 a 14:00 de lunes a viernes. En el lugar trabajan Ana y dos empleados más, uno que le ayuda con los pedidos y otro con la limpieza del lugar y los utensilios y trastes, ella es quien prepara los alimentos.

Inicio de la actividad empresarial

En el año 2008, Ana inició sus actividades dentro de la rama restaurantera del sector servicios con una pequeña fonda que instaló en la cochera de su casa, tuvo que realizar algunas adaptaciones para que pudieran quedar los accesos y los espacios separados. Ella narra cómo surgió la idea de poner una fonda: "…Pues fue por no dejar solas a mis hijas, porque anteriormente trabajaba en una oficina… me llevaba a la más grande…

pero ya que nacieron las otras dos niñas ya no pude, y tuve que poner algo propio y algo en lo que las pueda cuidar….” (Ana, 2014).

Ella describe que el inicio de la fonda fue complicado: “… el papá de mis hijas todavía vivía conmigo… y medio me ayudó con la instalación, de esa barra por ejemplo (señala la barra que da hacia la calle), y esos colgantes (señala al techo en la cocina donde están los sartenes)… pero fue todo… jamás ayudó en nada más… todos los gastos corrieron por mi cuenta y pues no creas fue pesado...” Nuestra entrevistada señala que lo que ayudó en el arranque del negocio fue la liquidación que recibió de la empresa donde trabajaba:

> … no fue mucho, pero me alcanzó para las mesas y las sillas, que éstas que vez algunas ya las he tenido que cambiar… el resto de cosas eran las mías con las que hacía de comer… y pues bueno otras cositas que compré a crédito, como la primer licuadora y algunos trastos… (Ana, 2014).

Nuestra entrevistada menciona que desde el inicio del negocio ella ha estado al frente del mismo, que el primer año ella era la única que trabajaba: “… no daba lo suficiente como para contratar quien me ayudara, bueno ni ahorita da tanto… yo lo que les pago es muy poquito y pues al chino le quedan las propinas…” Ana se refiere a su negocio como necesario para sobrevivir, “Si no lo tuviera, nos estaríamos muriendo de hambre…”

Si bien es cierto, Ana ve en su negocio la única posibilidad para la sobrevivencia, su papel como empresaria no es su objetivo principal, para Ana la maternidad y la falta de políticas sociales efectivas para el desarrollo profesional, la han llevado por este camino, y como consecuencia ha tomado decisiones que han modificado sus relaciones de poder en los diferentes escenarios en los que ella participa.

Capacidad individual y confianza

Ana es una mujer que en la infancia no contó con el apoyo de sus padres para seguir estudiando, por un lado su padre, quién no la apoyaba en su decisión de estudiar, porque lo consideraba un desperdicio debido a que se iban a casar y tener hijos, y por el otro, su madre, quien no pudo apoyarla por falta de recursos.

A pesar de esta situación, Ana decide buscar por sus propios medios la oportunidad de seguir estudiando, sin embargo, esto no es posible debido a su situación económica, por lo que decide buscar empleo. Inicia su actividad como asistente de un consultorio, para después trabajar en

una sucursal de venta de pizzas, luego trabaja en una tienda de venta de artículos vaqueros y después en publicidad, con una persona que hacia anuncios para revistas, hasta que en 1998 consigue un trabajo como cajera y capturista en una empresa de toners en la que duró 10 años. Ella asegura que su último trabajo le permitió aprender mucho y crecer como persona, que se volvió independiente e incluso inició a tomar decisiones en su trabajo.

Ana señala que la vida con sus hermanos en Guadalajara duró muy poco tiempo, cuatro años después de llegar a Guadalajara, solamente seguían viviendo juntas ella y su hermana Susana, por lo que tuvieron que hacerle frente a la administración de su casa e incluso aprendieron a administrarse para que el dinero les alcanzará.

Durante esos años, Ana aprendió a moverse sola por Guadalajara y su zona metropolitana a cualquier hora del día, ella cree que esto se debió a la necesidad de sobrevivir en el caos que representaba venir de un lugar tan pequeño y enfrentarse al "monstruo" que representaba la ciudad. Para Ana esos años de vivir sin sus padres en un lugar desconocido le sirvieron para aprender a estar sola y tomar decisiones.

Desde 2008 Ana es la responsable de la manutención del hogar en un 100%, incluso cuando todavía vivía con Raúl en el mismo domicilio. Ella cree que en parte se atrevió a tomar la decisión de correrlo del domicilio familiar porque era capaz de sacar a sus hijas adelante sin el apoyo de su pareja.

La opción de poner un local de venta de alimentos le dio a Ana la seguridad de que podía tener un trabajo que le permitiera sobrevivir y proveer a sus hijas de las cosas indispensables para que pudieran estudiar, además de cuidarlas y estar cerca de ellas:

> … no voy a mentir diciendo que es fácil… hay días en que me las veo muy pesado… pero la verdad yo sola he sacado a mis hijas adelante y no necesito de nadie para seguir haciéndolo… sólo espero que Dios me preste vida… (Ana, 2014).

Ana se ve a sí misma como una mujer luchadora, con la energía y la voluntad suficiente para mantener económica y moralmente a sus hijas, además de darles la oportunidad de estudiar, porque para ella eso es lo que más le pesa en la vida, considera que mucho de lo que ha tenido que vivir, se debe a que no siguió estudiando. Ella se manifiesta consciente que la única posibilidad de herencia que tendrá para sus hijas "… es la escuela… con lo que estudien, se van a defender… yo no quiero que vivan así como ahorita… al día."

Conflictos y obstáculos

Al abordar a Ana con preguntas sobre conflictos en su vida, ella señala que no le gustaría ser vista como una mujer pesimista, sin embargo, desde que tiene uso de razón: "…ese es el pan de todos mis días." Ella menciona que desde que era niña empezó a tener una vida con problemas, recuerda como el alcoholismo de su padre lo ponía violento y en alguna ocasión llegó a golpear a su madre.

Para Ana, su vida ha estado marcada por muchos obstáculos, entre los que destaca los que son resultados de su situación económica, nuevamente retoma su falta de posibilidad de estudios como otro obstáculo al que ha tenido que sobrevivir: "… aprendiendo todos los días…" Incluso recuerda días que cuando llegaron a Guadalajara y alguno de los hermanos se quedaba sin trabajar, se quedaba sin comer: "…no recuerdo que fueran muchas veces…pero sí, nos la vimos negra…"

Con respecto a los conflictos que tuvo mientras trabajó, ella refiere que los únicos que recuerda fueron con alguno de sus compañeros de trabajo, principalmente por no respetar las jornadas de trabajo, pero que en realidad no recuerda ninguno significativo. Sin embargo, tiene muy presente cuando ella trabajaba en la tienda de artículos vaqueros, ser acosada por uno de los proveedores, señala que era un señor de aproximadamente 40 años, que pasó de ser amable a querer tener relaciones sexuales con ella a cambio de dinero, comenta que lo reportó al gerente de la tienda, que era su jefé y como respuesta obtuvo: "…no seas exagerada… si te gusta sal con él… por qué tan persignada…"

Pero este no sería el último problema que Ana tendría que enfrentar, otro de los momentos que recuerda como difícil, fue el momento de decirles a sus padres que estaba embarazada, señala que a pesar de ser mayor de edad, vivir sola y no depender económicamente de ellos, la responsabilizaron totalmente: "…mi padre me dijo que era una pecadora… una mujer de la calle"; mientras que su madre sólo guardó silencio. Ana señala que tiene un profundo amor por sus hijas, sin embargo, el embarazo le representó un obstáculo, principalmente porque se debió a un descuido y la consecuencia la tuvo que afrontar ella sola y eso cambió su vida y sus planes a futuro por completo.

Años más tarde se vería nuevamente en un dilema por su relación de pareja con Raúl, a quienes sus padres no querían ver debido al abandono anterior, en repetidas ocasiones le cuestionaron su relación con él, incluso le negaron la entrada a su casa por: "…vivir en pecado". Pero ese no sería su último problema, meses más tarde nuevamente estaría embarazada

de su segunda hija y un año después la familia habría crecido de dos a tres integrantes: "…lloré mucho, como te digo amo, a mis hijas, pero si la primera no estuvo planeada… la tercera definitivamente no estaba en mis planes."

Ante esta nueva conformación familiar, Ana enfrenta una nueva decisión difícil, tener que renunciar al trabajo al que había pertenecido por diez años y que le representaba un ingreso, además de seguro, suficiente para su manutención, sin embargo, ante la imposibilidad de contar con apoyo para el cuidado de las hijas renuncia a su trabajo estable, pasando algunos meses sin trabajo y viviendo solo del dinero que ocasionalmente Raúl llevaba al hogar, por lo que hubo días que lo único que comían eran tacos de frijoles. Esta situación es la que lleva a Ana a poner su local de alimentos.

Ya con el local de alimentos nuevamente atraviesa una serie de dificultades, su todavía pareja no la apoya de ninguna forma, ni en la preparación de alimentos, ni en el cuidado de las hijas y mucho menos en el trabajo doméstico del hogar: "… se levantaba a las once, pidiendo de desayunar… luego se echaba a ver la tele y se la pasaba fumando…" Ana narra que durante el tiempo que él vivió en la casa, solamente le cargaba el trabajo, porque además de atender a sus hijas tenía que atenderlo a él, en los horarios y momentos en que él demandara su presencia y atenciones. Incluso señala que nunca permitió la convivencia de ella o sus hijas con su familia, relata como en las bodas, bautizos o fiestas familiares de sus suegros, cuñadas y sobrinos nunca fue invitada, que Raúl le refería que sólo lo habían invitado a él y se iba sin llevarla a ella o a las niñas.

Ana comenta que incluso en las prácticas sexuales, él la obligaba a bañarse antes de tener relaciones sexuales, y al terminar el acto sexual la mandaba a dormir a su recamara, en todo el tiempo que vivieron juntos no compartían habitación y sólo tenían sexo por demanda de él. Ella señala que ciertamente le dolió la separación de su pareja, pero le pesa mucho más la carga que representa para ella sola su casa y sus hijas.

> …hay días que ya no aguanto, a veces quiero correr, salirme e irme corriendo… corriendo y no saber nada de nada, pero pues, ya está uno aquí verdad regresas a tu realidad y dices no, aquí tengo que estar… (Ana, 2014)

Con respecto a la instalación del local de preparación y venta de alimentos, Ana señala que no tuvo que enfrentar ningún obstáculo, que al tramitar su licencia en el ayuntamiento la realizó sin ningún contratiempo. Menciona que los proveedores los contactó poco a poco hasta llegar

a negociar que le entregaran las frutas, vegetales, pan, lácteos y carnes frías en el domicilio sin ningún costo extra.

Estrategias de resistencia, compensación, negociación y subordinación

Como parte del relato de Ana se observan muchos momentos de tensión, conflicto y dificultados que la han llevado a tomar decisiones difíciles, incluso que comprometen su seguridad y estabilidad.

Cuando ella y sus hermanos deciden dejar Huaxtla y venir a vivir a Guadalajara, ellos se ven obligados a negociar con sus padres el cambio de residencia. Ante la oposición de su padre, ella y su hermana mayor convencen a su padre diciendo que si autoriza el que ellos se vengan a vivir a Guadalajara, va a gastar menos, porque además de que ellos se mantendrían solos podrían enviarles dinero. Una vez que se instalan en Guadalajara Ana comienza a desarrollar nuevas habilidades, que por un lado le garantizan su sobrevivencia y por otro su independencia.

Ya viviendo en Guadalajara, Ana tuvo que negociar con sus hermanos la distribución de los gastos y los quehaceres domésticos, porque si bien no es la mayor de los hermanos que se vinieron a vivir a Guadalajara, fue quien asumió la responsabilidad de ser pie de casa. Ella distribuyó las responsabilidades y obligaciones en el hogar y económicas.

Ante su falta de preparación académica, Ana desarrolló una serie de habilidades que le permitieron escalar puestos en diferentes posiciones de trabajo, inició en una pizzería en la que limpiaba los baños, unas semanas después ya estaba en cocina y el último puesto que tuvo en ese lugar fue como cajera.

En otro de los trabajos que tuvo, en el que sufrió acoso sexual por parte de un proveedor, y ante la falta de apoyo del gerente de la sucursal, ella comenta que aprendió a manejarlo, que sentía que le hervía la sangre cada que le decía alguna cosa que la hiciera sentir incomoda, pero decidió tomar una actitud ingenua y sonreír a cada embate verbal que recibía, lo que le dio el tiempo suficiente para conseguir otro trabajo sin que la corrieran o tener que renunciar sin ninguna opción laboral.

En el trabajo en que duró diez años, Ana tuvo que emprender una serie de acciones para poder permanecer por ese tiempo en la empresa. Ella aprovechaba todas las oportunidades que tenía para aprender sobre diferentes actividades que se hacían en la empresa, recuerda una ocasión en que su jefe inmediato tuvo problemas para generar unas facturas y darle seguimiento a un pedido, ella intervino en la situación causando

sorpresa y gusto en su jefe, quien a los días de la situación la promovió en el trabajo.

En la relación de pareja, ella señala haber sobrevivido y "aguantado tantos años" porque estaba "perdidamente enamorada", señala que se dio cuenta que estaba en una relación "enfermiza y que me va a matar…" cuando se percató, Raúl le daba órdenes como si fuera una "sirvienta." Incluso dejó de tener relaciones sexuales y se salía todo el tiempo, comenta que nunca lo confirmó pero sospecho que tenía una relación con alguien más, para Ana ese fue el momento decisivo para correrlo de su casa.

Ella se separa en 2011, poniendo nuevamente a prueba su capacidad de sobrevivencia, señala que en esta ocasión no sólo es económica, porque ella mantenía la casa en un 100% prácticamente desde el 2008, pero ahora se enfrenta a darse cuenta que los últimos diez años se los entregó a un hombre que no valoró nunca sus sacrificios, por lo que decidió refugiarse en ella y sus hijas.

Para Ana su negocio de venta de alimentos se refleja como una estrategia de resistencia, porque a partir de sus ingresos mantiene a sus hijas, además de que le ha servido para conocer a sus vecinos, quienes se encuentran entre sus principales clientes y con quienes ha formado redes de apoyo.

Redes sociales de apoyo

Ana nunca ha participado de manera formal en un organismo o institución empresarial, sin embargo, ha consolidado redes de apoyo familiar y de amistad. La primer red de apoyo en la que Ana participa activamente es con su familia, principalmente con su hermana Susana, que es una de las que llegó a vivir con ella a Guadalajara en 1988, con ella se apoya para cuidar a sus hijas, principalmente los fines de semana, en que las niñas conviven y comparten momentos juntos, incluso en ocasiones les lleva de comer, porque también Susana tiene puestos de comida: "… ellos tienen negocios de carne asada… y cuando me deja aquí a la niña y viene por ella me trae carne para que les haga taquitos…"

Su hermana tiene una hija de la misma edad que la mayor de las hijas de Ana, por lo que cuando a su sobrina ya no le queda la ropa se la pasa a sus hijas menores: "… la deja casi nueva… y a mí eso me ayuda como no te imaginas…" Sin embargo, ella comenta que cuando de dinero se trata prefiere no apoyarse en su hermana porque no le gustaría tener un problema por dinero con su familia.

Con respecto a otros miembros de su familia, Ana también recibe apoyo de su tío, quien le presta la casa en la que vive desde el año 2000, ella se siente segura y respaldada con respecto a su techo porque señala que su tío es un señor mayor que no tiene hijos y siempre la ha visto como una hija, comenta que, a diferencia de su hermana, a su tío si ha recurrido cuando ha enfrentado crisis de dinero.

De su relación con su madre, ella refiere tener una convivencia amable y afectuosa, principalmente en las vacaciones de sus hijas, quienes pasan algunos días con ella, sin embargo no tiene apoyo moral o económico debido a que su mamá no terminó ni la primaria y siempre estuvo acostumbrada a aguantar a su padre sin poder hacer nada al respecto, por lo que la convivencia con ella y sus hijas la deja como una opción para descansar y que su madre no se sienta tan sola. Ana comenta que con la familia paterna, o incluso el padre de las niñas, nunca ha mantenido cercanía, por lo que no recibe ningún apoyo por parte de ellos.

Menciona que intentó incorporarse a una red de apoyo de la iglesia cercana a su casa, pero cobraban cuotas por cualquier actividad en la que ella o sus hijas se quisieran incluir, por lo que decidió dejar de participar. No obstante, con sus vecinas ha consolidado una red de intercambio y apoyo.

Para Ana, lo que la ha fortalecido en estos últimos años es el apoyo incondicional que ha recibido de sus vecinas y amigas, quienes la apoyan no solamente al consumir sus productos, sino con dinero cuando ella tiene algún problema económico. Menciona que también la apoyan a llevar y recoger a sus hijas del colegio cuando ella no puede ir por atender el local. Este círculo social representa para Ana el lazo más fraternal y solidario, porque incluso su convivencia cotidiana es con las vecinas a quienes refiere como sus amigas: "… sea un buen o un mal día… siempre me abren las puertas"

3. Reflexiones en torno a las empresarias restauranteras propietarias de micronegocios

Los relatos de María y Ana nos permiten observar como sus historias de vida se han caracterizado por momentos y situaciones que las han obligado a tomar decisiones y emprender acciones que les garanticen una sobrevivencia, tanto a ellas como a sus familiares. A diferencia de las historias de Mariana, Patricia y Alejandra, María y Ana han visto en los negocios de venta de alimentos una posibilidad de sobrevivencia más que una opción de negocio.

Para Ana y María su actividad económica les ha significado esfuerzo y sacrificio para mantenerse a ellas mismas y a sus hijos. Ana y María vieron en la venta de alimentos una opción viable de autoempleo, debido a que ambas sabían cocinar, a diferencia de los casos del capítulo anterior, en que las empresarias se meten a la cocina por gusto, ellas dos preparan los alimentos por necesidad.

La inversión que se requería para habilitar sus establecimientos de venta de comida estaba dentro de sus posibilidades y no les representaba una complicación con sus actividades en el hogar. Sin embargo, las jornadas que les representa preparar y vender alimentos pueden demandar hasta de doce horas diarias, lo que implicaría una jornada mayor a la de una empleada, incluso de una trabajadora doméstica. En el caso de Ana, la diferencia es que no tiene que trasladarse del hogar para realizar su trabajo.

María ha visto consolidarse su negocio de venta y preparación de alimentos con los años, no obstante, Ana todavía tiene un negocio incipiente del que sólo recibe ingresos suficientes y en algunas ocasiones limitados para la manutención de ella y sus tres hijas, sin embargo, por la edad de sus hijas y su nivel de estudios, desde su punto de vista, es la posibilidad de empleo más viable.

Ellas viven cotidianamente las dobles jornadas, son responsables de su local de venta de comidas y de los quehaceres domésticos, en virtud de que su nivel de ingresos no les permite contratar una persona que les ayude con los quehaceres del hogar y la posibilidad de contratar una estructura de soporte en el negocios es inviable debido al monto de los ingresos que representa.

Podríamos reflexionar en torno a la actuación con independencia en el plano individual de María y Ana, ambas mujeres padecieron una educación sexuada, la cual las llevó únicamente a cursar estudios básicos, además de que sus padres insistían por mantener los roles tradicionales asignados a las mujeres: trabajo doméstico y maternidad. Mientras que María terminó la primaria, Ana concluyó los estudios de secundaria, la primera por falta de apoyo de sus padres para dar seguimiento a su formación académica y la segunda debido a la situación económica de su familia de procedencia.

Con respecto a su independencia y toma de decisiones, en el caso de Ana se observa que durante el tiempo que mantuvo su relación con el padre de sus hijas, vivió momentos en los que perdió por completo su capacidad de toma de decisiones y solamente a partir de su separación, ella ha recobrado el control de su vida. En el caso de María, podemos dar cuenta

de una situación similar, durante su matrimonio ella perdió incluso un patrimonio material que terminó en manos de sólo una de sus hijas.

Si bien es cierto, María recibió el apoyo de su padre para poner en marcha su primer negocio, en los años por venir y hasta su muerte, no volvió a recibir apoyo económico e incluso moral de su parte. Mismo caso que se replica con Ana, aunque en circunstancias económicas diferentes. Tanto Ana como María han tenido que abrirse camino solas y emprender su actividad económica sin reconocimiento alguno, ni por su familia de origen, ni por su descendencia.

Al igual que en los tres relatos del capítulo anterior, en la vida de María y Ana, sus hermanos hombres no sólo recibían privilegios a los que ellas por ser mujeres no tenía derecho, en el caso de María fueron protegidos por una fuerte herencia al morir su padre, con lo que se fortalecieron los roles tradicionales, incluso en la familia que formó María nuevamente educó a sus hijos con privilegios para sus hijos varones. Mientras que en el caso de Ana, sus hermanos, por ser hombres, tenían derecho incluso de maltratarla a ella y a sus hermanas, situación que en la familia actual de Ana se romperá de alguna manera, debido a que en su hogar solo cohabitan cuatro mujeres, en las que la carga de la actividad del hogar, actualmente sólo es responsabilidad de Ana.

Una situación que se encuentra presente en vida de María es la admiración a su padre, lo refiere como una figura importante en el desarrollo de su vida, mientras que para Ana representa una autoridad que contribuyó con muchos conflictos personales. Con respecto a la figura materna, Ana señala que su labor como ama de casa, cuidadora y protectora de ellas y sus hermanos es digna de reconocimiento. Con respecto al apoyo familiar, las dos coinciden en que su principal fuente de apoyo son miembros de su familia, mientras que para una son sus padres, para otra lo representan hermanos, inclusive los hijos adultos.

Con respecto a la situación sentimental y relaciones de pareja de las empresarias entrevistadas, no se encuentran grandes similitudes, por lo que es difícil generalizar al respecto de si las parejas de las empresarias son un refuerzo o un obstáculo para su labor empresarial. María es viuda con hijos, Ana es soltera con hijos y detrás de cada una de estas conformaciones familiares actuales existe toda una serie de acontecimientos que soportan las decisiones del estado de pareja que ellas tienen actualmente.

Por otro lado, retomando las motivaciones que llevaron a Ana y a María a establecer un microcomercio de venta y preparación de alimentos, se deben totalmente a la necesidad de tener un ingreso, siendo ellas las que establecen los momentos en que realizan sus jornadas de trabajo

para poder compatibilizar su maternidad y su trabajo. Ambas mujeres señalaron que la venta de comida se volvió una opción viable porque no les demandaba tener una preparación o capacitación especial, además que la ganancia en la venta de comida no requiere de fuerte inversión con respecto al nivel de utilidades que se puede presentar. Estos motivos descritos por Ana y María coinciden con los encontrados por Serna (2001) en su estudio realizado con mujeres empresarias en Aguascalientes y Veracruz, en donde las mujeres aludieron razones como la segregación en el trabajo y la escasa flexibilidad de horarios como motivos que las orillaron a incorporarse en la actividad empresarial.

Con respecto a la discriminación de género, Ana y María aseguran no haberla vivido en el ámbito profesional como propietarias de un negocio de comidas, sin embargo, Ana aseguró que fue víctima de acoso sexual en uno de los trabajos que ocupó, mientas que también fue minimizada en diferentes y varias ocasiones por su ex pareja. En el caso de María, ella señala que nunca se ha sentido menos por el hecho de ser mujer, no obstante, al momento de morir su padre, ella como única hija queda fuera de la herencia, lo que posibilita encontrar argumentos que continúan aludiendo a posiciones de desigualdad o trato diferencial debido a su condición de mujeres.

A diferencia de las tres empresarias del capítulo anterior, Ana y María no participan en ninguna asociación u organismo civil o empresarial, tampoco han recibido ningún tipo de capacitación en temas de género o sobre su condición de mujeres. Las dos señalan que difícilmente tiene acceso a servicios médicos de calidad, Ana es usuaria del seguro popular, mientras que María está registrada como dependiente de su hijo menor quién le provee seguridad social a través del IMSS.

Con respecto a las relaciones obrero-patronales, es muy poco lo que se puede explorar debido a la naturaleza misma de los micronegocios propiedad de Ana y María, mientras que Ana mantiene un liderazgo suave y maternal con quienes le ayudan a servir y atender el negocio, María ejerce un mayor nivel de autoridad con sus empleados, a quiénes tacha de flojos y desobligados. Un dato común entre las cinco mujeres cuyo negocio se ubica en la rama restaurantera, es que prefieren trabajar con hombres porque de acuerdo a su percepción reciben de mejor manera las órdenes y no retan su autoridad al momento de dar instrucciones.

En los relatos de Ana y María se observa que la mayoría de sus conflictos se dan por la presión económica o por tener que compaginar sus jornadas entre casa y trabajo, lo que las lleva a negociar, incluso con ellas mismas para determinar hasta donde pueden dejar de lado la obligación

social con sus hijos y qué tanto pueden adoptar nuevas formas de ser y actuar.

También podemos observar que en sus relaciones cercanas, ya sea con hijos, familia o pareja, Ana y María no han tenido mucho éxito, mientras que a María la viudez le costó la desintegración familiar por la herencia de su marido y años más tarde nuevamente le fue cuestionada la maternidad con un hombre desconocido, a Ana, su relación de pareja se tradujo en una ruptura que la llevó no sólo a alejarse de su familia, sino que la llevó a perder su confianza y autoestima, debido a los malos tratos y humillaciones a los que se enfrentó.

Es importante mencionar que los casos de Ana y María remiten nuevamente a la tipología de empresarias realizada por Patricia Arias (2001), en este caso para referirse a las mujeres en negocios, las cuales se caracterizan por: *a)* no dedicar mucho tiempo a la escuela; *b)* incursionar al mercado laboral a través de la puesta de un negocio motivadas por una situación relacionada con su estado civil, es decir, la soltería irremediable, la viudez o después de concluir con alguna aventura sentimental que venía acompañada de hijos y, por consecuencia, la situación económica que acompañaba este acontecimiento; *c)* formar redes de apoyo familiar para el cuidado de los hijos y en algunos casos para el trabajo doméstico; *d)* ante la falta de la figura masculina, ellas retornaron a sus hogares de origen, pero se volvieron las jefas de hogar, sin considerar un cambio en su estado civil; sin embargo, estas mujeres se distinguían porque en la primera oportunidad declinaban sus negocios en las manos de algún miembro masculino de su familia.

En este sentido, es posible identificar, en cierta medida, las historias de vida de Ana y María con esta tipología. Por un lado, ambas inician sus negocios de venta de alimentos ante un cambio en su estado civil, mientras que, por otro lado, las dos microempresarias manifiestan el deseo de dejar en manos masculinas su empresa y dedicarse a los roles tradicionales asignados a las mujeres. No obstante, existen algunas diferencias con las "mujeres en negocios", Ana y María, al momento de cambiar su estado civil, Ana con la separación del padre de sus hijas, y María al quedar viuda, no regresaron a la casa familiar de origen ni contaron con el apoyo de redes familiares, ellas tuvieron que establecer redes basadas en la amistad y la cercanía con sus vecinos.

Un aspecto más que diferencia a Ana y María de la tipología elaborada por Arias (2001), tiene que ver con la disposición que ellas tienen de depender económicamente de alguien más (una pareja) si eso mejora su situación económica, mientras que las mujeres en negocios, a pesar de

dejar en manos masculinas la administración y control del negocio, no planteaba un cambio en la situación conyugal.

Un aspecto importante en los cinco relatos de vida de las mujeres que forman parte de esta investigación y que no se debe pasar por alto, es que ellas son responsables tanto de la unidad de consumo y reproducción como de administrar una unidad productiva, lo cual se traduce en un hecho de vital importancia debido a que ellas tienen una doble perspectiva sobre la vida cotidiana, que a su vez establece una diferencia metodológica al momento de estudiar empresarios y empresarias (Serna, 2001), ya que al estudiar el quehacer empresarial desde la perspectiva de un hombre nos permitirá acercarnos solo a la realidad de la administración y dirección de una unidad productiva, y al hacerlo a través de una mujer que es empresaria se obtiene información de ambos escenarios, lo que contribuye a hacer emerger las diferencias que existen entre los géneros dentro de esta actividad económica.

Finalmente, reconocemos que indistintamente del tamaño del negocio, estado civil de las mujeres, religión que profesen o conformación de familia de procedencia e incluso su familia actual, las mujeres se ven envueltas en conflictos, ya sean económicos, sociales y/o culturales, que las llevan a actuar –en algunas ocasiones de manera racional y en otras intuitiva– para tratar de ejercer un cierto control en las situaciones y no verse arrastradas por las mismas.

En este sentido, en el siguiente capítulo haremos un recorrido por los procesos de empoderamiento de las mujeres empresarias, en el que se analizará cómo participan en las relaciones de poder, tanto en la dimensión individual, de relaciones cercanas como colectivas, no olvidemos que los procesos de cambio tienen implícitos los conflictos, sobre todo aquéllos que cuestionan las estructuras de poder vigente y tienen como fin un proceso de redistribución del mismo.

CAPÍTULO VII

Reconstrucción del proceso de empoderamiento de las mujeres empresarias

En este capítulo analizamos el proceso de empoderamiento que se ha presentado en la vida de nuestras entrevistadas. Como se observó en los capítulos anteriores, las entrevistas a profundidad que se realizaron a las empresarias abordaron temas que incluían tanto sus antecedentes familiares y personales, como sus relaciones de poder en los ámbitos privados y públicos en los que ellas están inmersas, sin embargo, se pudo constatar que la división entre estos dos ámbitos es casi invisible debido a las dobles jornadas y procesos de toma de decisiones entre su unidad económica y su hogar.

También se abordaron temas específicos para identificar cuáles han sido las acciones que las empresarias han emprendido para resistir, negociar y compensar los obstáculos, discriminaciones, así como las restricciones económicas, sociales y culturales a las que se han enfrentado tanto en su vida laboral como personal, incluso los momentos en que se han tenido que subordinar, consciente o inconscientemente, ante una situación que las ponga en una posición vulnerable.

Las reflexiones sobre los cursos de vida de las cinco empresarias sujetas de estudio en esta investigación convergen en este análisis, en el cual a partir de los propios relatos de las empresarias y utilizando los referentes teóricos, realizaremos la reconstrucción del proceso de empoderamiento en el que se ven inmersas las mujeres que por decisión o por necesidad incursionaron en la actividad empresarial de la rama restaurantera de la ZMG.

Ciertamente, al iniciar la investigación nos encontramos con que las empresarias cuyas historias de vida eran el interés original de la investigación,

no eran visibles ni para la estadística nacional, ni para las definiciones conceptuales oficiales de empresaria, por lo que se tuvo que ampliar la investigación incluyendo los casos de las empresarias que se apegaban a los perfiles y conceptos descritos por los datos oficiales, lo cual resultó una experiencia muy enriquecedora porque nos permitió contrastar diferentes realidades y a la vez identificar similitudes en las vidas de las cinco empresarias, quienes han crecido en senos familiares distintos, pero comparten un factor común: ser dueñas de su propio negocio.

En este sentido, es importante recordar que nuestra investigación parte de la premisa de que las mujeres no son víctimas pasivas del poder sino que participan de diversas formas en su reproducción:

> En sus vidas cotidianas aceptan y se subordinan, pero también resisten y en ciertos momentos llegan a ejercer algunas formas de dominación. Reconocer este punto implica observar cuidadosamente las formas de comportamiento del poder reconociendo los quiebres, las discontinuidades y las contradicciones. El poder es fragmentado y requiere ser negociado constantemente para continuar ejerciéndose… (Niño y Villarreal, 2011: 300).

Esta propuesta sobre el proceso de empoderamiento, que Niño y Villareal retoman de los postulados de Foucalt, nos permite suponer que las mujeres han modificado sus relaciones de poder, es decir, no mantienen estados de sumisión permanente, por el contrario, son capaces de romper con estados de subordinación, sin embargo, estos estadíos en los que ellas ejercen el poder no son constantes, sino que presentan intervalos y dependerá totalmente de la situación en la que se encuentren y la forma en como ellas reaccionen, por lo tanto, el empoderamiento no es algo ajeno a las relaciones sociales de las mujeres, sin embargo, tampoco es resultado únicamente de un proceso colectivo.

Somos conscientes que al hablar de un proceso de empoderamiento, los devenires y las rupturas en las relaciones de poder de las mujeres se encuentran presentes (Niño y Villareal, 2011), y se trasladan de lo individual a lo colectivo y viceversa, no obstante que sabemos que estos límites se vuelven indivisibles, decidimos, sólo por cuestiones de claridad metodológica, utilizar la propuesta de tres niveles propuesto por Rowlands (1997), en el entendido que en la realidad se traslapan. En la primera dimensión, denominada personal, se reconstruyen los conflictos y las acciones que las mujeres emprenden para desarrollar el poder desde su interior y estar en posibilidad de deshacer o por lo menos disminuir los efectos del poder opresivo interiorizado; en la dimensión colectiva se reflexiona en torno a cómo es que ellas se desenvuel-

ven en espacios colegiados de los que forman parte; para finalmente, en la dimensión de relaciones próximas, explorar las relaciones personales y profesionales de estas mujeres, así como las decisiones que toman dentro de ellas.

1. Empoderamiento en la dimensión individual

El empoderamiento en esta dimensión es un proceso que lleva a las mujeres a hacer posiblemente los cambios más importantes en su vida, ya que puede llegar a trastocar su identidad. En la dimensión individual, el empoderamiento de las mujeres se identifica con el desarrollo de la autoestima, el incremento de la confianza en sí misma y la dignidad, por lo que se puede observar a través de cambios tales como el incremento de las habilidades para formular ideas, expresarse, participar y aprender; organizar el tiempo personal, obtener y controlar recursos fuera del hogar, así como con el incremento de la sensación que las cosas son posibles (Rowlands 1997: 225, 226). Para Rowlands (1997), en esta dimensión es donde se presentan los cambios más significativos, los cuales son percibidos tanto por las propias mujeres, como por las personas que están a su alrededor. Sin embargo, en los casos analizados se encontró que estos cambios no siempre vienen acompañados de situaciones favorables para las mujeres empresarias, en ocasiones se presentan como obstáculos que inhiben su empoderamiento y en otras aparecen factores que lo impulsan.

Si bien es cierto que el empoderamiento en la dimensión personal es la parte del proceso que se considera una condición necesaria para que se den los procesos de empoderamiento en la dimensión colectiva y en la dimensión de las relaciones cercanas, no quiere decir que el empoderamiento en este nivel conduzca automáticamente al empoderamiento en las otras dos dimensiones (Hidalgo, 2002), por lo que se considera un error señalar que nuestras entrevistadas son mujeres empoderadas, o peor aún, generar estereotipos de poder sin considerar que dentro de su vida social, familiar y de pareja se han presentado momentos de conflicto en los que se hacen presentes las compensaciones o negociaciones como parte del proceso de empoderamiento y que revisaremos a continuación.

Se identificó que algunos de los cambios identificados por Rowlands (1997) e Hidalgo (2002), como la mejora en la confianza en sí mismas y aumento de autoestima, se encuentran presentes en las empresarias propietarias de un negocio de preparación y venta de alimentos, sin embargo, también se identificaron otros cambios que estos estudios no incluyeron, como lo es la modificación de estereotipos y preconcepciones resultado de sus histo-

rias familiares, pero que para el estudio del proceso de empoderamiento de las empresarias han resultado de mucha importancia.

Al examinar los casos de las empresarias estudiadas, encontramos que ser propietaria de un negocio significa cambios importantes, en mayor o menor grado, en la dimensión individual de su vida, es decir, la propiedad de un restaurante ha servido para que las mujeres se sientan independientes y tomen decisiones con respecto a los ingresos que generan del mismo. Nuestras empresarias entrevistadas reconocen que a partir de la apertura de su negocio han incrementado la confianza en su persona, que son capaces de asumir el control de sus familias y, como lo identificó Rowlands (1997), han incrementado su habilidad para obtener y controlar recursos.

No obstante, es innegable que existen grandes diferencias entre las mujeres propietarias de medianas empresas y las de micronegocios que se estudian en el presente trabajo. Mientras que las empresarias cuya empresa se clasifica como mediana son mujeres que se ven a sí mismas como exitosas y realizadas, se consideran personas ambiciosas, con seguridad en sus acciones, además de tener capacidad para establecer objetivos y proyectar el crecimiento de sus empresas. Son mujeres que han tomado conciencia de su poder, por ejemplo Mariana, quien señala (en tercera persona) que: "No depender económicamente de nadie y ser capaz de crear te ayuda a tener seguridad en ti misma, y ese poder para hacer o crear nadie te lo puede quitar…" Para Patricia su independencia económica representa: "…una libertad, porque de alguna forma puedo crear, puedo transmitir y tengo la libertad de hacerlo…" Mientras que para Alejandra, su empresa le representa independencia económica "… ahora yo decido qué quiero y qué no quiero hacer, yo decido en qué gastar y en qué no…"

En el caso de las propietarias de micronegocios, el escenario se presenta con complejidades muy diferentes. Para María y Ana su negocio les ha brindado la oportunidad de sobrevivir y sacar a sus hijos adelante, no les representa un sentimiento de logro, sino un acto de sobrevivencia económica, sin embargo, como resultado de su actividad económica se incrementó la autoestima y contribuyó a la recuperación de la confianza. En el caso de María, la pérdida de confianza en ella misma se presentó en el momento en que quedó viuda, cuando su finado esposo dejó sus bienes a la mayor de sus hijas, quedando desprotegida a pesar de ser ella quien inició con el negocio de las tortillerías, por lo que al emprender su actividad en la venta de alimentos: "… logró que me diera cuenta de que sí podía y que estoy hecha de buena madera…" En el caso de Ana, ella inició su negocio cuando vivía con su pareja, pero de acuerdo con su relato: "… cuando me di cuenta que yo me mantenía y a mis hijas… decidí que era el momento de terminar con tantos malos tra-

tos…"; su autosuficiencia económica fue un factor decisivo para romper con una relación de pareja conflictiva.

La autonomía económica de las cinco empresarias las ha vuelto proveedoras de su familia: Mariana contribuye con el 50% de los gastos de la casa, pero los viajes y sus gustos los paga al 100%. En el caso de Patricia, María y Ana, ellas corren con todos los gastos de su unidad doméstica; En el caso de Alejandra, el 100% del sostén familiar proviene de los ingresos del restaurante de su propiedad, no obstante, su esposo trabaja con ella, por lo que sería arbitrario señalar que ella corre con la totalidad de los gastos.

En este sentido, puede parecer que la autonomía económica de las mujeres empresarias, al igual que con los estudios de mujeres autoempleadas, con actividades ejecutivas o subordinadas, es consistente como uno de los factores que se subrayan como elemento fundamental en los procesos de empoderamiento, ya que puede considerarse como la base del poder en otros ámbitos (Rowlands, 1997; Hidalgo, 2002; Meza et al., 2002; Vázquez, 2002; Cháble, 2007; Cano & Arroyave, 2014; Guerrero, Gómez, & Armenteros, 2014). Sin embargo, como parte de los relatos de vida de nuestras entrevistadas, podemos observar que no es un hecho que se dé en automático o que siempre suceda, incluso que no siempre se es consciente, como le pasó a Ana: "… un día me di cuenta que yo mantenía la casa y a mis hijas…"; o como en el caso de Mariana, quien siempre contó con autonomía económica pero no tenía seguridad en ella misma, se sentía débil por ser mujer y que necesitaba el respaldo de un hombre:

> … inicialmente yo creía que sola de mujer no iba a poder salir adelante, que para ser empresario se tenía que ser hombre, pero cuando menos me imaginé estaba adentro… y abriendo nuevas sucursales… ya demostré que esto sigue adelante porque yo he tomado el toro por los cuernos en varias ocasiones… (Mariana, 2013).

Por lo que se puede concluir que tanto la autonomía económica que le representa su negocio, como el aumento en su capacidad en la toma decisiones a consecuencia de la administración del mismo, son factores que contribuyen al incremento en su autoestima y en la confianza en sí mismas.

En este sentido, la toma de decisiones aparece de manera constante a lo largo de las entrevistas con las empresarias, no obstante, dentro de su discurso se observa que a medida que incrementó su autonomía económica, las empresarias se volvían más conscientes de esta capacidad. Para Ana y Mariana, a pesar de que existe un abismo en su nivel de ingresos, ser propietarias de un negocios contribuyó para tomar decisiones que han marcado el rumbo de su vida. Mariana asumió el riego de iniciar nuevas sociedades profesionales: "…

nadie se iba a imaginar que colegas empresarios llegaran a mi oficina a ofrecerme sociedades...” Mientras que Ana fue capaz de separarse de su pareja después de años de conflictos, abusos y malos tratos:

> ... sí claro, mis decisiones han cambiado… cuando te das cuenta que puedes echar a andar un negocio y te puedes mantener tu solita, eres capaz de cambiar cosas a las que tenías miedo, yo pensaba que no podía sacar adelante a mis hijas y mira… (Ana, 2014).

Otro elemento que se hace presente en las vidas de las entrevistadas es su incremento en la habilidad para formular y expresar ideas y opiniones, que de acuerdo con Rowlands (1997), esta modificación representa un avance en la dimensión individual del proceso de empoderamiento. No obstante, esta habilidad de expresión se hizo presente con mayor claridad en las mujeres cuyo nivel de estudios incluye grados superiores, es decir, mientras que Ana y María, a lo largo de la entrevista, buscaban el consentimiento de sus expresiones, e incluso preguntaban si la forma como habían dicho algunas palabras estaba correcta, Patricia, Alejandra y Mariana se mostraban satisfechas y orgullosas de sus participaciones en espacios públicos.

Sin embargo, la experiencia de María como dueña de una tortillería y miembro de la Cámara de Molineros la hizo capaz de resolver una serie de conflictos que se presentaron durante ese período con lo cual se sintió satisfecha y orgullosa de poder resolver sus dudas y problemas sin ayuda. Mientras que para Patricia una de sus principales satisfacciones personales fue darse cuenta de que era capaz de lograr visibilidad ante los ojos de otros empresarios restauranteros: “...como te digo, soy más bien una mujer introvertida, pero ahora con el restaurante, digo y hago lo que pienso... y después de la experiencia en la CANIRAC ya no me da vergüenza expresarme y dar mis opiniones...”; por lo que con el incremento de confianza para expresar sus ideas y opiniones, contribuyó en la decisión que tomó de participar e incluso influenciar en nuevos espacios, como lo fue una cámara empresarial y una asociación de comerciantes. En los casos de Alejandra y Mariana, el incremento de estas habilidades se puso de manifiesto en el emprendimiento de nuevos negocios.

Al respecto de los niveles de educación, diversas autoras han destacado como imprescindible en los procesos de empoderamiento el acceso a la educación formal y desarrollo de nuevos conocimientos (Rowlands, 1997; Batliwala, 1997; Niño y Villareal, 2011). En el caso de nuestras entrevistadas, las cinco manifestaron considerar los estudios como indispensables para una mejor calidad de vida, sin embargo, por cuestiones económicas, Ana y María, quienes son propietarias de un micronegocio, realizaron estudios de

nivel básico, Ana solo estudió la secundaria, mientras que María terminó la primaria debido al abandono de su madre y a la falta de interés de su padre y madrastra porque siguiera estudiando.

En el caso de las propietarias de restaurantes clasificados como medianas empresas, las tres coinciden en su interés por prepararse y capacitarse para un mejor desempeño en su trabajo. Todas tienen estudios de licenciatura, han tomado cursos, diplomados y capacitación relacionada con a su giro de negocio, y en los tres casos el acceso a la educación de nivel superior y cursos especializados ha contribuido tanto con su autonomía como su proactividad en los negocios. En este aspecto, Alejandra actualmente cursa una nueva licenciatura en homeopatía y cuenta con una certificación como barista; mientras que Mariana estudió un MBA en línea en la Escuela Europea en Negocios y vivió en el extranjero un par de años, uno en Estados Unidos, para perfeccionar el inglés, y uno en Francia, para perfeccionar el francés. En el caso de Patricia, ella optó por estudiar un diplomado de gastronomía y hotelería. Incluso, Mariana considera que la educación formal siempre es necesaria y sirve para ampliar la visión no solo personal sino profesional

> … te permite estar dentro de la vida real, no sólo del mundo de los restaurantes… puedes conocer a la competencia… cómo competir o cómo volverte más competitivo… Si yo le pudiera recomendar algo a las mujeres es el estudio, seguir siempre abriendo tu mente y tus oídos a escuchar y conocer que está pasando, tanto al interior de tu negocio, como en el exterior… (Mariana, 2013).

Estas tres empresarias son proclives a la innovación y al uso de nuevas tecnologías. Patricia viaja a Estados Unidos frecuentemente y es donde se pone al día con los avances tecnológicos en el sector: "…yo siempre he dicho: debes acortar tiempos porque la mano de obra es lo que te cuesta más caro, por eso yo trato de tener la tecnología de punta que me permita mejorar los procesos y disminuir los costos…" Mientras que Mariana utiliza un horno alemán de última generación para la elaboración del pan dulce que se vende por las mañana en su restaurante. Ellas tienen páginas web de sus restaurantes, además de páginas en Facebook y su hashtag[42] en Twitter.

Mientras que los negocios de Ana y María se encuentran muy distantes de la realidad de estas empresas. Como se mencionó en el capítulo anterior, los negocios de Ana y María se ajustan a la descripción estadística y la definición de empresaria mexicana, las cuales no se visualizan como agentes de in-

---

[42] Es un término utilizado en las redes sociales que se caracteriza por una serie de caracteres formada por una o varias palabras precedidas por el símbolo de gato (#), que sirve para identificar de manera rápida el tema del que se está hablando.

novación, y debido a lo reducido de la inversión en sus negocios, la utilización de tecnologías para la preparación de alimentos y difusión de los mismos, está fuera de su alcance, incluso su nivel de estudios, y en el caso de María su edad, limitan el acceso a los medios electrónicos de comunicación.

Sin embargo, con respecto al incremento en la habilidad para aprender, analizar y actuar en la dimensión individual del empoderamiento (Rowlands, 1997), los cambios más significativos los podemos ubicar en las vidas de las empresarias de micronegocios, ciertamente, el nivel de estudios a los que han tenido acceso Patricia, Alejandra y Mariana, dueñas de medianas empresas, les ha permitido desarrollar estas habilidades de manera más estructurada y teórica, no obstante, las vivencias cotidianas, la necesidad por garantizar la sobrevivencia de ellas mismas y sus hijos, los reveses y obstáculos que se han presentado en sus vidas, hacen más significativas las habilidades que María y Ana han tenido que desarrollar en el nivel individual del empoderamiento.

Tanto Ana como María preparan los alimentos que venden en sus negocios de comida, además se encargan de negociar directamente con los proveedores los precios y la calidad de los insumos con los que cocinan, para Ana esto represento un reto importante debido a que no se consideraba una experta en la cocina y muchos menos capaz de regatear precios; en el caso de María podemos observar como pasó de ser propietaria de una tortillería a ser ama de casa de tiempo completo, para después enfrentarse a la preparación y administración de un restaurante, de aquí que resulte importante destacar que el incremento en la capacidad de actuar ha permitido que las mujeres enfrenten, si no en una situación ideal, sí en una condición que les facilite conciliar sus actividades en el hogar como en su actividad económica.

La trayectoria personal de cada una de estas mujeres desempeña un papel clave en las decisiones que toman, porque si bien es cierto que la actividad empresarial les ha permitido conciliar su vida familiar con su actividad económica, no siempre es con beneficios para ellas mismas, no obstante, ha hecho que estas mujeres incrementen su habilidad para organizar su tiempo. En el caso de estas cinco empresarias, su actividad les exige una presencia diaria y casi permanente en sus negocios, su trabajo es absorbente y exhaustivo. En el caso de las mujeres propietarias de medianas empresas, su nivel de ingresos facilita –en cierto grado– la conciliación entre el plano doméstico y el profesional porque pueden contratar los apoyos que necesitan para la atención de sus familias. En los tres casos presentados, las empresarias cuentan con una trabajadora doméstica que se encarga de la limpieza del hogar, y aunque las tres aseguran no tener una jornada mayor a ocho horas diarias prefieren dejar en ésta mujer las actividades relacionadas a la limpieza del hogar.

Mientras que en el caso de las empresarias que se acercan al perfil de mujeres en negocios descritas por Arias (2001),[43] la situación es muy diferente. Estas mujeres dedican a sus jornadas laborales más de ocho horas al día y su nivel de ingresos no les permitirles descargar las actividades del hogar en alguien más, las lleva a desempeñar dobles jornadas, porque a pesar de la progresiva incorporación de las mujeres al mercado laboral, la incorporación de los varones a las tareas del hogar, cuidado de los hijos y de otros dependientes no ha sido proporcional (García, 2001; Rendón, 2004; Mangas y Cornejo, 2014), incluso, como lo podemos apreciar en los relatos de vida de María y Ana, los padres de sus hijos no proporcionan apoyo económico ni cuidados para sus descendientes, y su nivel de ingresos, a diferencias de las mujeres de negocios (Arias, 2001), no les permite contar con el apoyo de un tercero. Sin embargo, tanto Ana como María señalan que el tener sus negocios les permite conciliar de mejor manera estas dobles jornadas, ya que ellas pueden establecer los tiempos que dedican a cada una de sus responsabilidades y de esta manera cumplir con sus familias y con sus negocios, incluso cuando el ingreso que les representa sea similar o menor al trabajo de una obrera.

Otro elemento más dentro del empoderamiento a nivel individual, es el que Rowlands (1997) relaciona con el sentimiento generador de cambios y el sentido del ser, el cual contribuye a la sensación de que las cosas están cambiando y se puede observar en diferentes momentos de las historias personales de las mujeres empresarias, por ejemplo, las composiciones familiares y lo que sucede al interior de sus hogares. En este sentido, observamos algunas diferencias relacionadas con la maternidad entre las entrevistadas. En el caso de Alejandra, Ana y María sigue predominando el papel tradicional con respecto a la maternidad; en el caso de Patricia, ella revela que le hubiera gustado ser madre, pero por cuestiones de salud no pudo tener hijos, por lo que podemos intuir que María, Ana, Alejandra y Patricia son mujeres que asumen posiciones familiares más tradicionales.

Incluso, al explorar temas relacionados con la sexualidad de las empresarias entrevistadas, en los casos de María y Ana se pudo observar lo descrito por Alberti (1999), como el modelo genérico tradicional (MGT), en el cual las mujeres mantienen un recato en las relaciones sexuales además de procurar obediencia al marido. En los casos de Alejandra y Mariana se pudo constatar

---

[43] Las mujeres en negocios descritas por Arias (2001) se caracterizan por mantener sus roles tradicionales, incursionar al mercado empresarial por cambios en su estado civil, no tener acceso a educación formal y por dejar la administración en manos de un hombre en la primer oportunidad que se presenta.

que son mujeres con capacidad de hacer elecciones en su vida, de negociar la unión matrimonial, el número de hijos, e incluso, como en el caso de Alejandra, que sea su marido quien se someta a una vasectomía como método de planificación permanente; mientras que Mariana se identifica como un caso que representa lo opuesto en temas como maternidad, sexualidad, pareja y control de la natalidad, ella rompe con los estereotipos sociales de su época, se casó grande de edad, mucho después que sus hermanos, amigos y familiares, ella decide casarse a los 35 años de edad con un hombre divorciado con dos hijos, propietario de una imprenta a quién conoció como cliente de uno de sus restaurantes, además de decidir no tener hijos.

En este sentido, estas situaciones que a primera vista contrastan entre sí, nos llevan a pensar en la diversidad de la condición de género, que, de acuerdo con Lagarde (1999), son resultado de la conjugación de estereotipos de ser mujer, el cual se integra, desarrolla y modifica a lo largo de su vida y que con el devenir del tiempo y al no cumplir con las expectativas sociales, se ven obligadas a renovarse, cambiar o modificar la manera de vivir como mujer en un mundo acelerado y cambiante, que ante las diferentes realidades que se enfrentan en el mundo cotidiano, las mujeres tienen que echar mano de sus experiencias e historias personales, para construir sus propias identidades, atreviéndose a romper los patrones tradicionales con los que se han identificado a lo largo de la historia.

Otro de los elementos que Rowlands (1997) identifica como parte del proceso de empoderamiento en esta dimensión, y que también está asociado al sentimiento de que las cosas son posibles, es el incremento en la confianza de que las cosas pueden cambiar a favor de uno mismo. Ciertamente, ante las condiciones de adversidad en las que históricamente han vivido las mujeres, existe un halo de desconfianza con respecto a que las condiciones laborales, sociales, morales y económicas para las mujeres pueden cambiar. Esta pérdida de confianza se vincula con la opresión internalizada,[44] ya que en muchas

[44] La internalización de la opresión cumple con una función social al hacer que las percepciones, los pensamientos y las acciones de los individuos se apeguen a los valores dominantes, para Bourdieu (1998) esta opresión se denomina como violencia simbólica, que se hace presente cuando los oprimidos reconocen y aceptan los instrumentos de conocimiento que los oprimen, adoptando con ello la lógica del prejuicio desfavorable y contribuyendo así a su propia opresión. Esta violencia simbólica no requiere el uso de fuerza física, ya que es producida por el trabajo previo de socialización y la transformación duradera del cuerpo, en este sentido cuando una mujer acepta sin cuestionar los papeles tradicionales como es el cuidado de los hijos y los ancianos, los quehaceres del hogar, las actividades de reproducción, ella interioriza esta opresión construida socialmente.

ocasiones las mujeres no creen tener la capacidad de cambiar su situación actual.

Las empresarias entrevistadas han modificado su confianza a partir del sentimiento de que es posible cambiar sus vidas. Para Alejandra, el abrir su propio restaurante le representó romper con los límites estructurales ante los que se encontró en su desarrollo profesional al interior de una institución pública. Para Mariana, su negocio le cambió la visión que tenía de sí misma, al descubrir que no solamente era capaz de sobresalir en un negocio, sino de participar activamente como socia de una cadena de restaurantes. Mientras que para Patricia, quien tuvo que vivir de ilegal en Estados Unidos al perder trabajo y casa, "... el restaurante me ha abierto muchas puertas... tanto personales como profesiones... no me da miedo hablar, ni negociar... definitivamente ya no soy la misma..."

En el caso de Ana, su negocio de comida le permitió terminar con una relación de pareja conflictiva al saberse capaz de cambiar su futuro y el de sus hijas. Y finalmente para María, esta segunda oportunidad como empresaria le ayudó a recordar que a base de constancia, trabajo y esfuerzo podía aspirar a un mejor nivel de vida. No obstante, esta lucha por liberarse de la opresión interna no se gana de la noche a la mañana, es parte de un proceso de largo plazo que se detona en el momento que las mujeres descubren que por pequeño que pueda ser el cambio que realicen en su vida, este tiene un impacto que como consecuencia traerá una mejora en su nivel o calidad de vida.

Otro aspecto que Rowlands no analiza como un factor determinante de la dimensión individual del empoderamiento, pero que se encuentra presente en la vida de las empresarias entrevistadas, es el sentimiento que han desarrollado con respecto a su capacidad de resolver cosas por ellas mismas como parte del sistema opresor. Las mujeres sufren limitaciones culturales y sociales –que en cierto grado contribuyen a fomentar la opresión internalizada– resultado de las relaciones de poder intergenéricas, lo que las puede llevar a depender o delegar en manos de un tercero sus propias decisiones, incluso a no atreverse a realizar algunas actividades por ser consideradas masculinas, como es el caso de las mujeres en negocios descritas por Arias (2001), por lo que es posible problematizar en relación a qué tan tradicional puede ser considerada la rama restaurantera como una actividad innata para las mujeres, cuando el ámbito empresarial por sí mismo es considerado masculino (Arias, 2001; Serna, 2001; Hernández, 2010; De León, 2008).

En este sentido, nuevamente nos encontramos con dos situaciones contradictorias entre las mujeres entrevistadas que participan como empresarias dentro de la rama restaurantera, tenemos, al primer grupo, donde Patricia,

Alejandra y Mariana se han introducido no sólo a un espacio tradicionalmente masculino, como es el ámbito empresarial, sino que han desafiado los papeles tradicionales, al dirigir una cocina y dejar en manos de chefs, tanto hombres como mujeres,[45] la preparación de los alimentos; y los casos de María y Ana, quienes optaron por la preparación y venta de alimentos, porque era parte de su bagaje personal, además de no implicarles riegos.

Incluso, la resolución de problemas, al igual que el nicho empresarial, han sido consideradas tradicionalmente masculinas, desde niños se motiva a los varones para que puedan resolver cosas por sí mismos, transmitiendo estrategias que les faciliten esta habilidad, mientras que a las niñas se les proporcionan direcciones exactas de cómo hacer para resolver algún problema (Lips, 1994), por lo que en las mujeres no se desarrolla la capacidad de analizar y resolver problemas, además de que no se promueve la independencia y autoconfianza, sino que se contribuye con la sensación de que no son capaces de generar cambios y que ellas solamente pueden seguir instrucciones, por lo que desde este punto de vista, la educación formal y la experiencia profesional son factores que al acumularse en la vida de las mujeres, les permite hacer frente a los obstáculos y buscar las soluciones acordes a sus vivencias.

Así, para Mariana, Patricia, Alejandra, Ana y María, enfrentar problemas –ya sea en su unidad económica o en su hogar– es una constante de sus relatos de vida. El ser dueñas de un restaurante ha venido acompañado de situaciones para las que no estaban preparadas, sin embargo, consideran que todo este proceso ha sido un constante aprendizaje. Mientras que Ana y María asumen completamente la responsabilidad de su negocio, Patricia, Mariana y Alejandra se enfrentan a procesos de toma de decisiones, en los que además de resolver problemas tienen que convencer a sus socios[46] de que la opción que ellas manifiestan es la más viable.

Para Patricia, su experiencia como empresaria la ha llevado a enfrentar problemas familiares dentro de su negocio, ha tenido que resolver diversos problemas que involucran a otros miembros de su familia, como fue el caso del alcoholismo de su hermano, quien también es su socio. Sin embargo, ambas situaciones ponen de manifiesto los cambios en la habilidad del senti-

---

45 Para Gutiérrez, Medina, Viesca y Favila (2014) hablar de los chefs es hablar de hombres con estudios formales, mientras que al hablar de las cocineras, son las mujeres con conocimientos prácticos, no obstante, esta problematización no se aborda directamente como tema de investigación debido a que las sujetas de estudios son las mujeres que incursionan en el ámbito empresarial.

46 Es importante recordar que en el caso de Alejandra no existe una sociedad formal con su esposo, sin embargo, lo toma en cuenta para tomar decisiones, tanto en el hogar como en el restaurante.

miento de que las cosas son posibles y que, de acuerdo con Rowlands (1997), estas experiencias personales tienen un impacto positivo en la autoestima y autoconfianza de las mujeres.

Otro aspecto sobre el que es necesario reflexionar en esta dimensión del empoderamiento es *el poder desde dentro* sin el cual las mujeres no pueden ejercer *el poder sobre* en otros segmentos de la sociedad (Stromquist, 1997), en este sentido, para que puedan ejercer poder en la dimensión individual del empoderamiento es necesario que las mujeres mismas asuman el derecho que tienen, no solo de ser reflexivas sobre su situación, sino de la obligación de tener conciencia de sus condiciones a nivel individual y de cuáles acciones o situaciones las llevan o las han llevado a someterse algún grado de dominio predominantemente masculino.

Podemos reflexionar sobre este aspecto a través de los relatos familiares de nuestras entrevistadas, en los casos de María, Ana, Patricia y Mariana, se enfrentaron a una clara diferenciación en sus derechos y responsabilidades en relación con sus hermanos hombres, que fue marcada por su padre, mientras que en el caso de Alejandra, fue su madre quien se encargó de promover las funciones diferenciadoras tradicionales entre los géneros. Así, Patricia nos relata:

> … de hecho, si estudié la licenciatura fue por mi mamá, mi papá quería que solamente estudiara una carrera técnica, "por qué voy a invertir si ella es mujer y luego se va a casar". Entonces mi mamá dijo "no, ella es igual que sus hermanos y si quiere estudiar lo va hacer…" Pero por supuesto que también le doy gracias a él, si no hubiera sido así, tal vez yo no sería tan fuerte como soy, me hizo desarrollar un sentimiento para superar eso de que tú no puedes…. (Patricia, 2012).

Mientras que en el caso de Mariana la diferencia entre hermanos y mujeres no fue tan clara, desde su punto de vista, sin embargo, al igual que en el caso de Patricia, los varones del hogar tenían mayores privilegios y derechos que las mujeres:

> … no tanto distinción, mi papá siempre tuvo un favoritismo por un hermano doctor que tengo (que resultó ser una eminencia) y entonces, bueno, lo amaba y lo adoraba… más que distinción, como que nos metieron un doble discurso a mi hermana y a mí…. el discurso de que "Tú eres mujer y cásate" y el discurso de que "No, tú te tienes que educar"… Pero seguía con sus ideas de que la mujer se debe casar y tener hijitos… (Mariana, 2013).

En el caso de Ana, además de las condiciones económicas del hogar y las creencias de sus padres, principalmente su papá, creció en un entorno de marginación:

> … mi mamá siempre en casa, cuidando de que no hiciéramos enojar a mi papá… por lo que estudiar nunca fue un tema en la casa, mi papá siempre dijo que para tener hijos no era necesario saber leer… ni para mantenerlos… él no quería que ninguno estudiáramos… para las fiestas del pueblo y rancherías mi papá le daba dinero a mis hermanos para que se fueran a la cantina… nosotras a la plaza a dar una vuelta, un helado y de regreso… (Ana, 2014)

Con María, las cosas fueron un tanto diferentes, con la separación de sus padres, ella no volvió a tener contacto con su madre biológica, y su madrastra fue la encargada de diferenciar la educación entre ella y sus medios hermanos hombres: "... a mí me tocaba ayudar en la casa... desde la cocina hasta lavar la ropa... creo que ellos sí fueron a la escuela... pero pues yo para qué... decía la mujer, si iba a dar mi mal paso..." (María, 2014).

En la historia de Alejandra, como se comentó, fue su madre quien se encargó de marcar las diferencias entre los hombres y mujeres del hogar, ante la actitud poco reaccionaría de su padre, quien enfrente de su madre no cuestionaba decisiones, pero ante las hijas jugaba el papel de conciliador:

> … mis hermanos hacían lo que querían, pero no se tratara de mí o de mí hermana… pero mi papá me decía: Alejandra, no le lleves la contraria, ayúdale con las cosas que te pide y así no te va a decir nada cuando te vayas a la escuela… (Alejandra, 2013).

Ante estos contextos familiares, podemos retomar lo señalado por Kannabiran (1993, citada por Batliwala, 1997), quien señala que: "La familia es la última frontera de cambio en las relaciones de género...", es decir, es en el hogar donde se forman y replican patrones de conducta en que las mujeres siguen siendo criadas para la sumisión y la perpetuación de los roles tradicionales de amas de casa, madres y esposas, y en los casos presentados podemos observar como en diferentes momentos de su historia, los padres, consciente o inconscientemente, trataron de transmitir generacionalmente la sumisión y obediencia al género masculino.

Por consiguiente, los procesos de empoderamiento en esta dimensión deben incluir un cambio de conciencia y conocimiento sobre lo injusto y la no naturalidad del orden social (Batliwala, 1997). Las mujeres deben liberarse conscientemente de los estereotipos de género que limitan su potencial, deben reconocer la existencia de una opresión de carácter masculino que condi-

ciona los espacios de la vida pública en los que participan las mujeres, incluso en la vida privada, esta falta de conciencia sobre la subordinación del sistema patriarcal contribuye al no reconocimiento del trabajo doméstico y a la desvalorización de la mujer como individuo. Sin embargo, en el momento en que la mujer toma conciencia de la subordinación de la que es sujeto como consecuencia del sistema patriarcal, enfrenta una serie de situaciones conflictivas.

Conflictos en la dimensión individual

Como se mencionó con anterioridad, los conflictos se encuentran implícitos en el proceso de empoderamiento y esta dimensión individual del empoderamiento se presentan tanto en el plano material como en el psicológico, por lo que el cómo las mujeres superen o resuelvan estos conflictos estará totalmente condicionado por las capacidades y habilidades que desarrollan las mujeres a lo largo de sus historias de vida, porque son estas historias las que condicionan o promueven su actuar en las situaciones conflictivas que se les presenten.

En el modelo descrito por Rowlands (1997), el proceso de empoderamiento se inhibe por factores tales como el fatalismo, el pesimismo, el machismo u oposición constante de la pareja, los problemas de salud, la pobreza, la dependencia, la falta de control del tiempo, falta de control sobre la fertilidad, cuidado y obligaciones con los hijos y control masculino sobre el ingreso de las mujeres, no obstante, como parte de la reconstrucción de esta dimensión del proceso de empoderamiento de las mujeres empresarias, identificamos algunos factores comunes y otros diferentes que inhiben este proceso.

En el análisis reconocimos conflictos comunes a los que se enfrentan las mujeres empresarias, los cuales se relacionan principalmente con la administración de sus negocios y, por consiguiente, el manejo de los ingresos de su hogar, además de una serie de complicaciones por el manejo de su tiempo debido a las dobles responsabilidades, pero principalmente aquéllos cambios internos que les implican romper con estereotipos o patrones de comportamientos tradicionalmente asignados a las mujeres.

Con respecto a los conflictos en el aspecto material, se identificó que las mujeres tienen que desarrollar habilidades para la administración y planeación del ejercicio de recursos en su restaurante, además de que en el caso de cuatro de las empresarias el total de sus ingresos en el hogar provienen de la misma fuente, por lo que para estas mujeres la doble administración refiere un conflicto económico, en el sentido de que las ventas que se generan en sus negocios condicionan su calidad de vida.

A diferencia de María, Alejandra y Patricia, Ana se enfrenta a una complicación mayor, además de no contar con apoyo económico de ningún tipo, su nivel de ingresos sólo le garantiza la sobrevivencia diaria, sin que, a la fecha de las entrevistas, tenga la posibilidad de un ahorro, por lo que en ocasiones tiene que decidir sobre comprar los insumos para preparar y vender comida y proveer a sus hijas de algunas necesidades:

> … no te puedes imaginar… me da pena decirlo… pero es la realidad… hay días en que o compro huevos, frutas, leche… para seguir vendiendo… o pago el gas para que las niñas se bañen con agua calientita… (Ana, 2014)

Situaciones como esta han obligado a Ana a iniciar su trabajo de madrugada para generar los ingresos necesarios para cumplir con sus compromisos, no obstante, no es la única que sobrelleva este tipo de conflictos, está el caso de Patricia, quien tiene un crédito bancario, lo que genera una tensión emocional y la hace sentirse presionada, además de entrar en constante conflicto para decidir que movimientos realiza para cubrir sus compromisos económicos e incluso a pensar en nuevas posibilidades de negocio para sobrellevar las crisis financiera de su negocio principal.

Otro conflicto implícito en el plano material de la vida de estas empresarias se debe a la falta de tiempo para ellas mismas. La administración del negocio y del hogar lleva a las mujeres a buscar compatibilizar sus horarios laborales con sus horarios domésticos, y a pesar de que tres de nuestras entrevistadas cuentan con trabajadoras domésticas, no se deslindan por completo del cuidado del hogar, por ejemplo, Alejandra quién se siente desesperada por tener que llevar a sus hijos al trabajo,

> … No paro en todo el día y hay momentos en que me desespero si no encuentro con quien dejar a los niños… y pues me los tengo que llevar al negocio… y si por algo tengo que hacer alguna compra de emergencia… no me alcanza el tiempo… (Alejandra, 2013).

Mientras que Ana tuvo que realizar adecuaciones a su hogar para poder compaginar su actividad económica con sus responsabilidades familiares; Patricia y Mariana, quienes no tienen hijos, pero tienen la responsabilidad moral hacía con sus madres.

En este sentido, la independencia e incremento de autonomía, que se traducen en acceso al poder en la dimensión individual que puede representar el ser propietaria de un negocio, se ve contrastado con el reforzamiento de las normas hegemónicas de género, de ser la administradora de la economía familiar (Meza et al., 2002). Las empresarias que, si bien es cierto, a través

de su negocio logran incrementar su autoestima y tener cierta independencia económica, y como consecuencia un aumento en su capacidad de toma de decisiones, dentro de su hogar siguen siendo las responsables del mismo, indistintamente de si cuentan o no con apoyo externo para el trabajo doméstico.

En el plano psicológico o emocional, podemos mencionar las frustración que experimentan las mujeres cuando sus cambios personales no tienen el impacto externo esperado, es decir, los cambios internos que sufren las empresarias generan en ellas las expectativas de vivir una realidad diferente, pero se encuentran con que no es tan fácil de transformar, puesto que no depende sólo de ellas, sino de la sociedad que las rodea. En este punto las historia de vida de Patricia y Mariana describen algunas situaciones en que han ellas han sido cuestionadas por no actuar de acuerdo con los cánones tradicionales que corresponden a las mujeres. Patricia se enfrentó a creencias familiares durante la adolescencia debido a que su padre no quería que estudiara. En el caso de Mariana, ella desafió las expectativas que su familia y amigos tenían con respecto a su maternidad:

> … claro que decepcione a mis padres cuando decidí no tener hijos, esperaba que con la apertura que mostraban lo tomarán de mejor manera, pero no fue así… como te dije, perdí amigos e incluso hubo familia que todavía no lo entiende… (Mariana, 2013).

Además, en el ámbito empresarial de su ejercicio profesional, estas dos mujeres han desafiado los papeles tradicionales, incluso contraviniendo intereses de sus homónimos masculinos, lo que las ha llevado a enfrentarse a conflictos latentes y observables de género, tanto a nivel de sus familias, amistades y sociedad profesionales. Para Lukes (1974), estos conflictos se presentan por el hecho de que los individuos se atreven a cuestionar el orden de las cosas existentes y son capaces de imaginar alguna alternativa, es decir, para estas mujeres su lugar en la vida no es una ordenación divina, no obstante, ellas continúan siendo algunas excepciones que no crecen en la misma proporción en que las mujeres participan en la vida social, económica y política.

Estos conflictos, denominados de género, son causados por las asimetrías que existen en las estructuras sociales que perpetúan las desigualdades entre hombres y mujeres, en donde las segundas ocupan una posición inferior (CIIIP-UPAZ, 2000). En este sentido, pudimos identificar este tipo de conflicto presente en las empresarias, Mariana intentó en repetidas ocasiones acercarse a la mesa directiva de la CANIRAC, sin embargo, todos sus intentos fueron fallidos ya que no obtuvo respuesta positiva a sus inquietudes:

> … no recuerdo ni cuantas veces pedí cita con funcionarios de la Cámara [CANIRAC], para proponer un proyecto conjunto con mujeres empresarias de la rama… hasta que me cansé de insistir… y sí, me decepcione mucho… me sentí impotente… hasta llegué a pensar que si yo fuera hombre, otra respuesta hubiera recibido. (Mariana, 2013).

Por su parte, Patricia llegó a dudar de su ética profesional: "...cuando deje la tesorería de la CANIRAC... o más bien, "me hicieron dejar"... no tuvieron consideración, o coloquialmente no me dieron juego... no me dieron derecho a réplica... y al principio me hicieron dudar si había cometido algo indebido..." (Patricia, 2012).

Sin embargo, los conflictos de género no solamente se presentan en el ámbito profesional, también se hacen presentes en el hogar, como en el caso de Alejandra, quien durante algún tiempo tuvo que enfrentar el alcoholismo de su marido:

> … fueron tiempos difíciles, porque por más que trataba de convencerlo de lo que lo afectaba a él y a mí, el no entendía… decía: "tú que eres una aburrida… no te sabes divertir… esto es lo que hacemos los hombres…" no te imaginas las veces que estuve a punto de dejarlo, por cómo me hacía sentir… (Alejandra, 2013).

María también se enfrentó a conflictos de género dentro de su hogar, su padre la dejó fuera de la herencia al morir, misma situación que se volvió a presentar cuando ella enviudo: "... yo creo que fue por ser mujer... mi papá pensó, seguro la van a mantener y pos... mi marido no me quiso dejar sola y con dinero (señala entre risas)". En el caso de Ana, esta situación se puede observar a partir de la relación que mantuvo con el padre de sus hijas, que de acuerdo con sus palabras: "...me utilizaba, el sólo me buscaba cuando quería sexo... pero más tardaba en acercarme, que él en mandarme de regreso a mi recamara...".

Los relatos de vida de las empresarias dan cuenta de cómo es que siguen prevaleciendo marcadas distinciones entre hombres y mujeres, tanto en el hogar como en el mercado laboral –incluido el ámbito empresarial–, en donde se presentan situaciones complejas que las mujeres se ven obligadas a enfrentar y que afectan de manera directa a su proceso de empoderamiento en la dimensión individual, ya que tratar de romper con paradigmas tradicionales les representa un desgaste físico, intelectual e incluso emocional, y en algunas ocasiones perciben que están solas y su nivel de autoestima puede verse afectado. Para Lukes (1974), esto se explica porque el poder no sólo se ejerce de manera observable o a través de la resolución de los conflictos, sino

que se encuentra presente para evitarlos, es en este sentido que las mujeres emprenden una serie de estrategias que les permitan contrarrestar los efectos del poder de suma cero al que se enfrentan como parte de sus relaciones de poder.

Estrategias presentes en la dimensión individual

Como mencionamos con anterioridad, el proceso de empoderamiento en la dimensión individual tiene implicaciones en los planos material y mental de las mujeres, por lo que para poder superar los conflictos que se presentan dentro de sus relaciones de poder las mujeres emprenden diversas estrategias para contener y en algunos casos lograr dimitir alguna agresión. Para Niño y Villareal (2011), estas estrategias surgen como consecuencia de los espacios de control que se generan dentro de las relaciones de poder y se traducen en acciones de conformidad, subordinación y resistencia.

En la reflexión sobre el proceso de empoderamiento de las mujeres empresarias también se encuentran presentes estos lapsos de control dentro de sus relaciones de poder, por lo tanto las empresarias, al reconocer su existencia, emprenden estrategias que les permitan reducir o transformar el ejercicio de poder, de manera que los efectos del mismo les permitan tener acceso a mejores oportunidades.

Algunas de las estrategias que se observan a lo largo de la historia de vida de las mujeres empresarias, se identificaron como estrategias de resistencia, negociación, subordinación y compensación. En el análisis de la dimensión individual del proceso de empoderamiento pudimos identificar acciones de resistencia, negociación y compensación.

Para analizar las acciones de resistencia, se retoman los postulados de Foucault (1977), para quien el poder no reside en ninguna parte, sino que el poder se expresa en relaciones, por lo que por un lado encontramos la parte que controla –o pretende controlar– mientras que por el otro lado nos encontramos a quien resiste, en este sentido, las empresarias emprenden estrategias para resistir y sobrevivir en el ámbito empresarial que se ha caracterizado por una dominación masculina.

Así, en la dimensión individual, las estrategias de resistencia se hacen presentes en diferentes momentos de la vida de las empresarias entrevistadas, en el caso de Alejandra, cuando describe los conflictos que vivió debido al alcoholismo de su esposo, nos describe como ella se resistía a esta situación:

> … Eran pleitos enormes, discusiones… en que yo terminaba completamente frustrada y él por ser hombre, se salía con la suya… pero un día te juró que ya estaba harta… decidí cambiar la estrategia… dejé de pelear, de llorar y me alíe con un grupo de amigas… contra mi cansancio empecé a salir, no tomo, pero la actuación me sale muy bien… así que fingía estar borracha y hacia lo mismo que él… me creerás que no le gustó… pero me funcionó perfecto, cada vez tomaba menos... hasta ahorita en que prácticamente ya no toma… (Alejandra, 2013).

También Patricia tuvo que resistir a las ideas de roles tradicionales que según su padre debían seguir las mujeres: "...me hizo desarrollar un sentimiento para superar eso de que tú no puedes, nunca fue competencia entre mis hermanos y yo, pero sí me hizo buscar formas para estar a su nivel..." Mientras que María tuvo que resistirse al trato que recibió de su madrastra: "... a esa edad solo podía hacer dos cosas, rebelarme y exponerme a que mi papá también me abandonará o quedarme calladita... aguantar y no exponerme a Dios sabrá qué..."

Estas situaciones descritas por las empresarias entrevistadas permiten identificar cómo ellas tomaron conciencia de las situaciones a las que se enfrentaban, así como de las decisiones que emprendieron para estar en posibilidad de deconstruir las ideologías del sistema patriarcal, apropiándose y reutilizando los elementos del poder para resistirlo y no verse arrastradas por un poder de suma cero.

No obstante, no todas las acciones que emprenden las mujeres pueden ser consideradas como estrategias, para que una acción se considere como estrategia es necesario que quien ejecuta la acción esté consciente de que puede tener una implicación. La negociación es una estrategia que se encuentra implícita en las relaciones de poder, nuevamente se identifican esos espacios en el ejercicio del poder, donde alguien ejerce el poder y alguien está dispuesto a negociar, ya que nadie puede prever la consecuencia que se desprenda de esta relación. En este sentido, Mariana describe cómo es que a través de la negociación ha resuelto conflictos y aumentado el nivel de confianza en ella misma y por lo tanto su autoestima ha ido en aumento:

> … ¿Cómo te explicaré?... cuando tenía que tratar con mi socio… me desgastaba… era agotador… hasta que decidí que lo mejor era no discutir… así que me arme de valor, me hice fuerte y, por ejemplo, si él quería un proveedor, yo proponía otro… y aprendimos a sacar ventaja los dos… aunque no creas, cuando empiezas a tener acuerdos que te benefician, hasta te sientes mejor como persona… (Mariana, 2013)

La negociación como estrategia en la dimensión individual también se hace presente en la vida de las otras empresarias entrevistadas, por ejemplo, Ana explica como a través de una negociación con sus padres, ella y sus hermanas y hermano pudieron dejar el hogar materno ubicado en una población rural y mudarse a la ZMG:

> … la ciudad les daba miedo a mis papás… pero como te digo, mi papá tomaba mucho… y cuando mi hermana y yo hablamos con él y le dijimos que aquí en Guadalajara, él ya no nos iba a mantener… que nosotros íbamos a trabajar y estudiar… pues yo creo que lo vio por el dinero, y nos venimos con su permiso y pues con el de mi mamá (Ana, 2014).

Un tipo más de estrategias que se reconocieron en esta dimensión de análisis son las estrategias de compensación que las mujeres empresarias llevan a cabo a través de acuerdos que ellas mimas hacen y que tienen el objetivo de disolver conflictos. Estas estrategias son resultado tanto de los cambios que se provocan en su contexto, como de los cambios en la dimensión individual del empoderamiento. Estas compensaciones representan las sustituciones de algunos aspectos que ellas están dispuestas a otorgar con el fin de reducir el conflicto o reparar los daños que creen haber hecho, normalmente son impulsadas por el sentimiento de culpa al faltar a los cánones sociales atribuidos a su papel de mujeres, y su efecto secundario es que estas estrategias vuelven funcionales sus relaciones de poder.

En este sentido, como acciones de compensación en la vida de las empresarias entrevistadas podemos identificar el que tres de ellas cuentan con una trabajadora doméstica que se encarga del cuidado del hogar, con lo cual se aminoran los cuestionamientos que se podrían suscitar por dedicar más tiempo a sus jornadas laborales. Incluso nos encontramos con que Alejandra, además de tener el apoyo doméstico, decidió renunciar a sus círculos de amistad y aislarse de su vida social, para dedicar ese tiempo a sus roles reproductivos

> … sí la verdad no salgo mucho, pero es que los niños crecen tan rápido, que no me quiero perder nada… la verdad he dejado de salir… pero es que este negocio es peor que un marido, es muy celoso… (Alejandra, 2013).

Así, Alejandra tomó la decisión de utilizar su tiempo para ejercer la maternidad y compaginarlo con su negocio, aunque esto implique romper con sus círculos afectivos e incluso las redes que había generado con algunos de sus amigos. También en la vida de María la compensación se volvió una de las estrategias que utilizó para evitar los problemas que surgieron como re-

sultado de la diferenciación que su esposo hizo al momento de morir y que dejó fuera de la herencia a dos de sus hijos, por lo que ella decidió volcar su atención y canalizar su ingresos para cubrir los gastos de los hijos que habían quedado fuera de la herencia paterna.

Incluso, la decisión de que su unidad económica se encuentre cerca o como parte de su hogar, puede considerarse una estrategia. Fue común identificar la preocupación de las mujeres por compatibilizar sus horarios y sus responsabilidades en ambos espacios, para evitar conflictos, situación que no necesariamente se hace presente entre los empresarios varones, para quien la distancia entre el hogar y el trabajo no representa un problema determinante en su actividad profesional.

Finalmente, es necesario destacar algunos elementos importantes de las relaciones de poder que se identifican en la dimensión individual del proceso de empoderamiento de las empresarias y que de alguna manera tienen impacto en el análisis de las dimensiones de relaciones colectivas y de relaciones cercanas que se realizan en las siguientes páginas. Es necesario recordar que las relaciones de poder de las mujeres empresarias se estudian a partir de la conceptualización del proceso de empoderamiento, el cual no se mantiene estático a lo largo de la vida, sino que tiene diferentes momentos de rupturas y acercamientos, los cuales se determinan a partir de las propias historias de vida de las mujeres.

Así, los principales conflictos que se generan en esta dimensión de análisis son resultado de la decisión de las mujeres de romper con las fuerzas tanto internas como externas que inhiben su autoestima y la confianza en ellas mismas, por lo que al momento de volverse conscientes de esta situación ellas inician con cambios en su actuar y en su manera de pensar, por lo que desarrollan estrategias que les permitan enfrentar sus conflictos internos, romper con dependencias y enfrentarse a situaciones de control sobre su tiempo, su cuerpo, su sexualidad, sus creencias e incluso sobre sus preferencias de consumo.

2. Empoderamiento en la dimensión de relaciones colectivas

El empoderamiento de las mujeres en la dimensión colectiva se puede explicar como parte de una acción conjunta que busca lograr un mayor impacto del que se puede lograr individualmente (Rowlands, 1997), por lo que en el caso de estudio de las empresarias, se puede entender como la parte del proceso de empoderamiento en que ellas pueden realizar cambios en el nivel

macro, es decir, a través de su participación en instituciones, y los beneficios que obtengan de las mismas. Ciertamente, el empoderamiento en los niveles personales y de relaciones cercanas tiene mayor influencia en el nivel micro de la vida de las mujeres, no obstante, al realizar el trabajo de campo, se identificó que existe mayor relación entre el empoderamiento individual y colectivo, que en la dimensión de relaciones cercanas.

En esta dimensión de análisis, al centro del empoderamiento se colocan la identidad y dignidad del grupo, el sentido de capacidad colectiva para producir cambios y de auto-organización y gestión, los cuales se observan a través de cambios como: la habilidad de negociación con otras instituciones, responder colectivamente a eventos externos, organizar sus necesidades como colectivo, recibir reconocimiento de otras personas, incrementar acceso a recursos y reunir o iniciar redes de organización (Rowlands, 1997). Al igual que en la dimensión individual del empoderamiento, el trabajo de campo reflejó algunos otros elementos en los que las empresarias han manifestado cambios en su vida y que se pueden considerar parte de esta dimensión.

Actualmente, el 100% de las Cámaras Nacionales de la Industria (CONCAMIN) y la Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX) son presididas por hombres. Durante el año 2002, la presidencia de la Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (CANACINTRA), estuvo a cargo de una mujer. En el estado de Jalisco la situación es similar al comportamiento nacional, de las 59 cámaras registradas, 23 industriales y 33 de comercio, solamente la Federación de Cámaras Nacionales de Comercio del Estado de Jalisco (FECANACO) fue presidida por una mujer en 2010 (SEIJAL, 2010).

No obstante, es importante señalar que las empresarias de nuestro estudio no participan en organizaciones formales, políticas o empresariales, con demandas específicas a su condición de mujeres, por lo que no han trabajado de manera formal en colectivos que les permitan generar una identidad y solidaridad de género, ni realizan una actividad proclive a la defensa de los derechos de las mujeres. Las cinco empresarias manifestaron que nunca han participado en talleres, cursos u otras actividades formativas en temas de género, por el contrario, a lo largo de sus relatos se observa como algunas de ellas, lejos de verse favorecidas por las comunidades de las que forman parte, se han visto segregadas, mientras que otras tienen en sus redes informales, ya sea de amistad o familia, su principal fuente de apoyo y solidaridad.

A diferencia de los trabajos de Rowlands (1997), Hidalgo (2002), Azmi (2008), Akbar (2009) e Ibargüen (2010), quienes han analizado el empoderamiento en la dimensión de relaciones colectivas del modelo propuesto

por Rowlands (1997), en este trabajo de investigación las mujeres sujetas del caso de estudio no son fundadoras de una sola institución, sino que se reflexiona en torno a la experiencia que ellas han adquirido a partir de su participación individual en organizaciones empresariales de las que han formado parte en algún momento de su vida. En un primer momento se reflexiona el empoderamiento en la dimensión colectiva a partir de la participación que las empresarias han tenido en asociaciones formales de representación estatal, en donde a partir de su participación ellas mismas reconocen algunos cambios, como el sentimiento de que siendo parte de un colectivo reciben mayor reconocimiento, y éste sirve de impulso para sus empresas, incluso han aprendido a reconocer oportunidades de negocio, que a su vez mejora sus habilidades de negociación.

Así, tres de las empresarias participan como miembros de la CANIRAC, una de ellas fue tesorera de esta Cámara y al momento de la entrevista era Tesorera de la Asociación de Comerciantes del Centro Histórico, donde es altamente reconocido su liderazgo; mientras que una más participó en la Cámara de Molineros.

María fue miembro de la Cámara de Molineros de 1971 al 2001, cuando era propietaria de una tortillería, durante varios periodos su padre presidió la Cámara y de acuerdo con sus relatos, recibió al igual que los socios hombres los mismos subsidios con que en esos años contaba el sector de la masa y la tortilla, sin embargo, no participó activamente en los procesos o actividades de toma de decisiones, ella señala que las únicas mujeres en la oficina de la Cámara eran las secretarias, por lo que su participación en una red oficial no fue activa, pero le permitió obtener beneficios y recursos para su negocio.

En los casos de Mariana, Alejandra y Patricia, que son quienes participan en la CANIRAC, se detectó agencia social y un proceso de empoderamiento a nivel colectivo. Alejandra y Mariana no intervienen activamente en los procesos de toma de decisiones de esta organización, sin embargo, Mariana manifiesta que en algún momento tuvo interés de participar:

> … como te digo, insistí en varias ocasiones para participar, me interesaba crear la vicepresidencia de empresarias restauranteras… pero nunca me abrieron la puerta, ni siquiera para presentar el proyecto… (Mariana, 2013).

Ante la negativa, Mariana continúa con la idea de formar redes de empresarias restauranteras para fortalecer su participación dentro del mercado, tiene un blog de como abrir un restaurante así como lo que se debe considerar al decidir entrar al mercado restaurantero, porque en su experiencia ella ha escuchado que las mujeres creen que el restaurante se trata de la cocina

pero "... en realidad es lo que menos te debe de importar, si lo que quieres es cocinar mejor vuélvete chef, porque como dueña lo que menos haces es eso [cocinar]...".

En un segundo intento por integrar redes de empresarios de la rama y como parte de su tesis de maestría, intentó plantear la necesidad de crear un programa académico de maestría restaurantera dirigido a propietarios, que en sus palabras era un programa "... con todo lo que implica poner un restaurante, no solamente se hable de cocina y bebida...", para lo cual convocó a 10 empresarios hombres para analizar la factibilidad y nadie se presentó, ninguno estuvo interesado. Nos aclara que convocó a hombres debido a que en ese momento no le fue posible localizar mujeres en la rama.

Un aspecto que cabe resaltar es que las tres empresarias han aprovechado el espacio que les ofrece la CANIRAC para capacitar a su personal, e incluso para acceder a reconocimientos. Alejandra considera que este espacio de encuentro le ha permitido estar informada de ciertos beneficios y programas de apoyo a su empresa y establecer redes con otros empresarios. A partir de su participación en la Cámara conoció el Programa distintivo H[47] con el que se acredita que los alimentos que vende cumplen con los estándares de higiene establecidos por las normas mexicanas. Tanto Patricia como Alejandra cuentan con la certificación denominada "Moderniza"[48] que, como se mencionó con anterioridad, es impulsada por la Secretaria de Turismo, con la cual se avala que sus servicios corresponden a una empresa de alta calidad.

Además, el restaurante propiedad de Patricia ganó en el año 2008 el galardón como mejor restaurante de Guadalajara:

> … son muchísimos requisitos, incluso te hacen como tipo auditorías, viene gente de diferentes ramas, desde restauranteros, de gobierno, la presidenta de la asociación gourmet de Jalisco, vinieron de las escuelas gastronómicas, que revisan desde la entrada, los controles, te califican si llevas registros de entradas y salidas, te califican como están acomodadas tus cámaras enfriadoras, te califican la limpieza del lugar, todo, todo. Y después entregan los resultados. Así que, esto es algo que a mí me llenó de mucho orgullo. Y haber ganado mucho más, porque luego te

---

47 Es un reconocimiento que otorgan la Secretaría de Turismo y la Secretaría de Salud, a aquellos establecimientos fijos de alimentos y bebidas: (restaurantes en general, restaurantes de hoteles, cafeterías, fondas etc.), por cumplir con los estándares de higiene que marca la Norma Mexicana NMX-F605 NORMEX 2004.

48 El programa Moderniza es impulsado por la Secretaria de Turismo, con el objetivo de otorgar un Distintivo denominado M que reconoce la calidad de las micro y pequeñas empresas del sector turismo que aprueben la evaluación de la aplicación de las herramientas y prácticas administrativas modernas en sus negocios.

> das cuenta que en tu propia casa es donde te ponen el pero… pero si no lo haces, como te vuelvo a decir, cómo sabes si realmente tiene las posibilidades de ganar o no, yo sabía que no iba a perder nada, al contrario iba a ganar experiencia… (Patricia, 2013).

Si bien es cierto que su participación en las asociaciones les suelen traer ciertos beneficios a sus negocios, también son el espacio de encuentro que les permite promoverse en el ámbito económico, tal es el caso del restaurante de Patricia, que desde enero del 2013 sirve como escenario para la grabación de un programa deportivo de cobertura estatal.

Una situación más sobre la que es necesario reflexionar gira en torno a la visión a futuro del restaurante que tienen las tres empresarias que forman parte de un organismo empresarial, en contraste con las microempresarias que no participan en ninguna asociación. La proyección de los restaurantes de Alejandra, Patricia y Mariana ha surgido a partir de los cursos de capacitación y de algunos contactos que han establecido a partir de su participación en la CANIRAC. Para Patricia, quien de las empresarias entrevistadas tiene mayor experiencia como miembro dentro de las asociaciones empresariales, comentó que uno de los beneficios que le ha traído su afiliación en esta asociación, le ha permitido crecer como empresaria y mejorar tanto su calidad de vida como su restaurante:

> … El estar en estas asociaciones tiene ciertas ventajas, que por supuesto tienen que ser ventajas compartidas para los agremiados, con los que estás tú formando esta asociación. Yo siempre he dicho hay que ser equitativos, en las asociaciones normalmente se trabaja para unos cuantos, en este caso nosotras estamos trabajando para todos los afiliados, de hecho, vamos a tener una promoción turística a partir de esta asociación… se trata de crecer todos los que somos miembros y de esta manera nos va mejor a todos… (Patricia, 2013).

Por otra parte, también se observó un liderazgo a nivel de las relaciones obrero patronales, en el caso de Ana, ella se manifiesta agradecida con las personas que le apoyan debido a que el sueldo que les paga no es muy alto y nunca ha recibido una negativa de quienes trabajan con ella, mientras que en el caso de Patricia también se aprecia un liderazgo suave, ella manifiesta una preocupación y responsabilidad por sus empleados y por el impacto que sus buenas o malas decisiones en el negocio puedan tener entre sus subordinados. Ellas muestra una actitud solidaria con sus empleados y empleadas:"… Mucha gente abusa de la necesidad de la gente, pero yo siempre he dicho, "si abusas te expones a que te roben, pero si tú les das lo justo a tus colaboradores, ellos mismos te cuidan. Esa es mi forma de pensar…" (Patricia, 2013).

En el caso de Mariana, manifiesta un estilo de liderazgo diferente, para ella no hay diferencia entre ejercer autoridad con hombres o con mujeres,

> … tanto mis empleados como empleadas tienen todas las prestaciones de ley… los salarios están por encima del resto de lugares que son parecidos al mío, no tengo mucha rotación, al contrario, tengo gente que tiene varios años trabajando conmigo y han tenido la oportunidad de ascender… nadie tiene una jornada mayor a las 8 horas diarias y tienen su día de descanso, que se va rotando cada semana… (Mariana, 2013).

Mientras que Alejandra exige que cumplan tanto con sus horarios como con sus actividades: "...no se puede ser amigo de quien trabaja para ti... porque se te van de control..." Ella reconoce que le ha sido muy difícil ganarse el respeto de sus empleadas:

> … es más fácil trabajar con hombres, porque ellos te obedecen sin cuestionar… pero las mujeres te hacen caras o se molestan si les das una orden… es más difícil trabajar con mujeres… cuesta mucho trabajo que reconozcan tu autoridad… si no te sienten tan estricta te comen… porque no reconocen tu autoridad (Alejandra, 2013).

Para Hidalgo (2002), la mayor parte de las organizaciones de mujeres se fragilizan debido a la existencia de desconfianza y envidia, debido a que no contribuye a generar un respeto a la diversidad y un manejo equitativo de poder, debido a que las relaciones entre mujeres se caracterizan por la competencia, la desconfianza e incluso la envidia (Orbach y Eichenbaum , 1988), por lo que generar una solidaridad femenina es un punto complicado debido a la escisión de género[49] (Lagarde, 1991), de aquí que la mejora en las relaciones entre mujeres pueda servir para sentar las bases de una visualización de los intereses prácticos y estratégicos de las mismas.

En este sentido, las empresarias también han experimentado cambios en su vida, a partir de relaciones colectivas que involucran a otras mujeres, como son círculos familiares o de amistad, incluso los lazos que se generan con la mujer que las apoya con el trabajo de cuidado de su hogar. En este sentido, las empresarias en busca de apoyo de tipo emocional, moral y en algunas ocasiones económico, conforman redes de mujeres, integradas prin-

[49] Para Lagarde la escisión de género se representa por aquellas barreras que distancian a las mujeres al grado que les impide reconocerse e identificarse como una misma, lo cual es consecuencia del ordenamiento social que ubica a las mujeres en posiciones inferiores, por lo que ellas mismas hacen a un lado lo común y recalcan las diferencias para inferiorizar a las otras, traduciéndose en distanciamiento y la competencia (Lagarde, 1991:49-51).

cipalmente por sus madres, hermanas, tías o primas cercanas y sus amigas próximas. Tal es el caso de las cinco mujeres entrevistadas, quienes forman parte de por lo menos una de estas redes, con lo cual se contribuyen a generar una solidaridad de género, situación que no es sencilla, sino que representa una serie de complejidades.

Conflictos en la dimensión de las relaciones colectivas

Antes de adentrarnos en el análisis de los conflictos que se presentan como parte de las relaciones de poder de las empresarias, es necesario precisar que se dejan fuera de contexto aquéllos problemas que, de acuerdo con Zabludovsky (2013), se asocian al empresariado en general, como son las dificultades con el gobierno y los trámites burocráticos, la falta de financiamiento, las devaluaciones y crisis económicas, la delincuencia, la corrupción y la ausencia de apoyos para las empresas mexicanas. Nos concentramos en aquéllas dificultades asociadas al género.

En este sentido, como parte de la dimensión de análisis de las relaciones de poder colectivas, se identifican situaciones de conflicto diferentes a las que se presentan en las dimensiones individual y de relaciones cercanas. En esta dimensión, además de presentarse conflictos entre individuos, se complejizan como consecuencia de las estructuras hegemónicas predominantes, que en el caso de las organizaciones empresariales se niegan a reconocer la importancia de la participación de las mujeres, a la vez que deja de reconocerse la existencia de una desigualdad femenina al interior de las mismas, lo cual se puede explicar debido a que las estructuras se conforman predominantemente por hombres, y las mujeres todavía enfrentan procesos de discriminación (Serna, 2001).

No obstante, es evidente el incrementó de la participación femenina en las cámaras industriales y de comercio en México, sin embargo, no se acompaña de una mayor representatividad en las mismas (Zabludovsky, 2013). En el caso de la CANIRAC delegación Jalisco, la presidencia nunca ha estado en manos de una mujer, sólo en una ocasión la tesorería ha sido ocupada por una mujer: Patricia, quien a pesar del reconocimiento que alcanzó en el puesto, le fue solicitada su renuncia. En este sentido, ella comentó que este ha sido uno de los principales conflictos a los que se ha tenido que enfrentar:

> … cuando salí de la mesa directiva de CANIRAC, fue terrible en lo personal… pero estoy segura que fue por honesta… y yo prefiero que me den las gracias por honesta que por otra cosa… aunque por el hecho de ser mujer, no es tan fácil, el hombre no está acostumbrado a que una

> mujer lo mande, a que una mujer sea la cabeza, porque no saben qué hacer o cómo reaccionar… (Patricia, 2012).

Para Martínez (2004), esto se explica porque las empresas propiedad de mujeres no tiene el peso económico para que la elite directiva de estas organizaciones las tome en cuenta para ocupar un puesto de poder, no obstante, en el caso de Mariana, su empresa sobrepasa el tamaño y los ingresos de muchos de los empresarios que históricamente han ocupado la presidencia de la Cámara Restaurantera en Jalisco, incluso esta empresaria en repetidas ocasiones busco un acercamiento con la mesa directiva de la CANIRAC, su objetivo era encontrar alternativas para consolidar un área que fortaleciera y vinculará a las restauranteras del estado, sin embargo, no recibió una respuesta positiva a su proyecto. En este sentido, se vuelve evidente que dentro de estas cúpulas empresariales, los efectos culturales históricos de diferenciación entre hombres y mujeres se siguen presentando como un factor determinante, en la conformación de las estructuras de poder dentro de las mismas.

En los casos de las microempresarias, para Mayoux (1995), estas restricciones se hacen presentes con mayor intensidad, debido a las restricciones de género y de clase social que limitan el acceso a los recursos y a la cualificación profesional, como son los casos de María y Ana, que en esta dimensión de análisis se enfrentan al conflicto de no pertenecer a asociaciones que les permitan identificar posibilidades de aumento de sus ingresos, por lo que en sus casos, además de la exclusión de género, se encuentra presente la clase como factor determinante para el acceso a recursos.

Otro tipo de conflicto presente en esta dimensión de análisis es el que se identifica con las relaciones obrero-patronales, en el que también se refleja la existencia de una predisposición de género que se asocia a la masculinidad y la feminidad de las funciones laborales, y nuevamente el eje de poder es la asimetría entre hombres y mujeres, tal es el caso de los sindicatos, históricamente conformados por hombres, cuyos líderes también corresponden al sexo masculino. En este sentido, Mariana tuvo que apoyarse en otro hombre para llegar a acuerdos con el representante sindical al que están afiliados sus trabajadores. El representante sindical invisibilizó a Mariana a tal grado de negarse a tratar con ella y dirigirse exclusivamente a su socio hombre.

Para Lázaro *et al.* (2007), esto se explica porque las mujeres son comúnmente vistas como faltas de poder y se visualizan como desiguales en el manejo, acceso, uso y control de los recursos, por lo tanto, cuando el poder implica control, el acceso de las mujeres a ciertos ámbitos de la estructura de poder se traduce en inseguridad para los varones, quienes no están dispuestos a cederlo tan fácilmente y resulta conveniente enfrentar a las mujeres a

estereotipos sociales, como el supuesto temor a ocupar puestos de poder o su inseguridad al tener que tomar decisiones.

Esto también se observa en las relaciones de poder con sus empleados y empleadas, debido a que en ocasiones los hombres no toman en serio sus órdenes o cuando las mujeres a su cargo cuestionan o desestiman su autoridad, por lo que las empresarias se ven obligadas a ejercer niveles de autoridad que mantengan el orden y respeto por parte de sus subalternos, hombres y mujeres, y si además a esto se le suman los vicios alrededor de la rama restaurantera, ellas además tienen que evitar que se generen problemas mayores entre el personal a su cargo

> Yo me topé en la rama [restaurantera] con dos problemas muy grandes, el acoso sexual de los chefs a las cocineras, de hecho corrí a uno… las amenazan y las presionan para que accedan a intercambiar sexo para subir de puesto… y no te voy a decir que todos, pero la mayoría sí toma y mucho… y donde se vuelve un problema es que faltan a trabajar o luego te encuentras que ya envalentonados le faltan el respeto a las mujeres… y tú como jefa tienes que poner orden, y hasta tú te vas en medio… (Patricia, 2012).

Pero a pesar de los problemas que pudieran representar los hombres como subordinados, todas las empresarias entrevistadas prefieren trabajar con ellos para la realización de las actividades que requieren de fuerza o servicio al público, mientras que para el trabajo que implica el manejo de dinero o toma de decisiones, son mujeres sus personas de confianza. Así, nuestras empresarias entrevistadas son más proclives a contratar personal masculino porque perciben que es mayor el control, la autoridad y respecto que reciben de los hombres en donde existe una relación de subordinación, no obstante, cuando tratan entre colegas o entre quienes tienen una relación económica y social similar a la de ellas, no sucede lo mismo.

Un tipo de conflicto más que se presenta en el nivel de las relaciones laborales tiene que ver con la desconfianza, las empresarias reconocen que debido a las experiencias iniciales en sus restaurantes, es común la desconfianza en sus empleados, por lo que tienen que controlar y supervisar estrechamente que se cumplan sus órdenes. Alejandra detectó algunos robos, por lo que se volvió desconfiada: "...tengo muy claro que tengo que estar al pendiente... la experiencia me ha enseñado que si no estoy así mis muchachas se descarrilan..." Mariana, al igual que Alejandra, señala que con los años aprendió a delegar ciertas actividades del restaurante y confía en sus empleados, sin embargo, siempre está al pendiente de lo que sucede en todas las áreas del restaurante:

> … por supuesto que delego, pero siempre estoy al pendiente… desde la recepción hasta la cocina… pasando por los baños e incluso en la decoración y las instalaciones… si algo anda mal se lo digo al responsable para que haga la parte que le toca… (Mariana, 2013).

Incluso entre pares se dan conflictos asociados a la desconfianza, como es el caso de Mariana, quien relata el conflicto que tuvo con su socia inicial al abrir el primer restaurante:

> … Cuando yo puse éste lugar, estaba de socia con una amiga y me fue muy mal, a ella no le importaba el negocio y como yo trabajaba todavía en la notaría terminaba metiéndole más dinero, porque el primer año el negocio no me dio ni un peso, me quitó… no se respetaron los acuerdos, el local era mío (bueno de mis papás) y la inversión inicial fuimos a la mitad, pero mientras yo le metía dinero ella compraba coche nuevo… así que terminé con la sociedad… (Mariana, 2013).

Un último aspecto que se presenta como conflicto en esta dimensión de análisis es el relacionado con el acoso sexual[50] al que se han enfrentado las empresarias, si bien es cierto todas coinciden al señalar que desde que tienen su negocio propio esta situación ha desaparecido, a lo largo de su historia fueron víctimas de diferentes situaciones relacionadas con este tema. En este sentido, Bourdieu (1996) argumenta que el acoso sexual no siempre tiene por objetivo la posesión sexual que parece perseguir exclusivamente, pues "...la realidad es que tiende a la posesión sin más, mera afirmación de la dominación en su estado puro" (1996:35). Este tipo de control o dominación se manifiesta en acoso basado en el género o se cristaliza en comportamientos sexuales, pero en ambos casos están implícitas las desigualdades (Frías, 2013), en donde el hombre, basado en el género, recurre a comportamientos que les permiten conseguir poder, ya sea en la vida diaria o en su trabajo, mediante

---

[50] En México, la Ley para el acceso de las mujeres a una vida libre de violencia (2007), diferencia entre "hostigamiento" y "acoso sexual". El hostigamiento sexual consiste en "el ejercicio de poder, en una relación de subordinación real de la víctima frente al agresor en los ámbitos laboral y/o escolar. Se expresa en conductas verbales, físicas o ambas, relacionadas con la sexualidad de connotación lasciva". En el mismo artículo se define el "acoso sexual" como "una forma de violencia en la que, si bien no existe la subordinación, hay un ejercicio de poder abusivo que conlleva a un estado de indefensión y de riesgo para la víctima, independientemente que se realice en uno o varios eventos". La diferencia entre uno y otro está en la existencia de una relación jerárquica de poder (hostigamiento sexual) o en la ausencia de ésta (acoso sexual). Sin embargo, para Frías (2013) las conductas asociadas al hostigamiento o al acoso pueden ser las mismas, de ahí que en inglés se utilice un único término (sexual harassment). Para efectos de este análisis se utilizará el término de acoso sexual para explicar este fenómeno.

comentarios sexuales discriminatorios o incluso a través de conductas agresivas para mostrar a las mujeres que ese no es su espacio.

Para Frías (2013), el acoso sexual se puede explicar debido a que los hombres están acostumbrados a tratar con mujeres en una posición subordinada, tanto en la esfera doméstica como en lo social, y por lo tanto lo trasladan al ámbito laboral, en este sentido, como parte de las narraciones de Ana, Alejandra, Patricia y Mariana, podemos observar que estuvieron expuestas a diferentes situaciones de acoso, y que de acuerdo a las posibilidades a las que tenían acceso en ese momento enfrentaron la situación.

Mariana considera que el mundo empresarial puede ser muy difícil para una mujer, ella manifiesta que se ha sentido acosada por hombres que han tratado de persuadirla por medio de coqueteos y manifiesta su indignación ante esta situación: "... las mujeres seguimos siendo vistas como objetos sexuales, cuando hemos demostrado que podemos ser más que una cara bonita... pero desgraciadamente, en algunos casos, por una que siga aceptando estas conductas perdemos todas..." Si bien es cierto, las empresarias entrevistadas muestran indignación ante tales acontecimientos y los explican a través de los comportamientos machistas de quienes en su momento las acosaron, existen personas que fueron objeto de conductas de acoso sexual que no se reconocen como afectadas o molestas por ellas (Frías, 2013), tal vez por la naturalización de las conductas de acoso que experimentan las mujeres desde sus hogares de origen y que invisibilizan a lo largo de sus vidas.

A manera de síntesis, se puede señalar que los conflictos de género a los que se enfrentan las empresarias en la dimensión colectiva son resultado de los descontentos que se crean entre los hombres cuando las mujeres tratan de figurar como parte de colectivos históricamente masculinos, o más aún, cuando las mujeres presentan resistencia a mantener posiciones tradicionales de subordinación dentro de las relaciones de poder, en un contexto en el que no corresponde con las normas sociales tradicionales. Incluso, como colectivo, las mujeres se enfrentan a oposición y detracción por parte de los hombres, quienes cuestionan y hasta desestiman sus iniciativas para estructurarse como redes de apoyo.

Estrategias presentes en la dimensión de relaciones colectivas

Se ha demostrado que la representación de las mujeres en organismos empresariales no ha crecido en la misma proporción que su incorporación al ámbito empresarial (Zabludovsky, 2007; Guzmán y Rodríguez, 2008), por

lo tanto, las estrategias colectivas para buscar una equidad entre los empresarios hombres y mujeres no se han dibujado claramente en esta dimensión de análisis, por el contrario, las empresarias, con el fin de contener el embate del sistema masculinizado que prevalece en el ámbito empresarial, diseñan estrategias de manera individual, ya que colectivamente no han encontrado el espacio para consolidarse como parte de estas redes empresariales.

Sin embargo, las prácticas de protesta, denuncia y debate, la producción de significados colectivos, la coordinación de gestiones, la gestación de información y la creación de organizaciones son también acciones implicadas en la resistencia de las mujeres (Ravelo, S/F), y es ahí donde las empresarias –ante la ausencia de espacios en las cúpulas empresariales– están creando sus propios espacios para la toma de decisiones y proyección de sus empresas. Existen algunas organizaciones de mujeres empresarias y profesionistas creadas por ellas mismas, cuyos objetivos se vinculan al apoyo en el mercado laboral y empresarial en México.

En el ámbito empresarial existen la Asociación Mexicana de Mujeres Empresarias (AMMJE) y la Federación de Mujeres Profesionistas y de Negocios de México (FEMAC). Incluso, durante el Primer Encuentro Nacional de Mujeres Empresarias,[51] organizado en el año 2003, se constituyó la Red Nacional de Mujeres Empresarias (RENME) como un espacio accesible para desarrollar el potencial de las empresarias mexicanas, sin embargo, este esfuerzo no ha tenido el seguimiento esperado y al 2015 este directorio nacional consta con los datos de 151 empresarias registradas en los rubros de alimentos, bebidas y tabaco, comercio al menudeo, construcción, industria farmacéutica, industria de la madera, papel, imprenta e industria editorial, servicios textiles y artículos de vestir, así como de empresas dedicadas al turismo.

No obstante, las empresarias que forman parte de la industria restaurantera de la ZMG no han encontrado un espacio específico para manifestar sus necesidades como colectivo, incluso, no tienen los escenarios para presentar proyectos empresariales que les permitan generar redes de apoyo e intercambio. Mariana, Patricia y Alejandra consideran que de tener la oportunidad de participar activamente en el diseño de estrategias o políticas para mujeres empresarias, o para los restaurantes, sería parte de una proyección profesional: "...considero que el intercambio de mi experiencia con otras mujeres sería muy enriquecedor, me permitiría compartir mis experiencias y sobre todo orientar de como he brincado los obstáculos..." (Alejandra, 2013).

---

[50] Evento organizado conjuntamente por el INMUJERES, la Secretaría de Economía y la Secretaria del Trabajo y Previsión Social, en el que participaron 560 mujeres empresarias mexicanas (INMUJERES, 2003).

Pero al contrario del sentimiento de estas empresarias, las mujeres atraviesan mecanismos de exclusión todo el tiempo. Para Agarwal (1999), el poder de negociación de una mujer fuera de la unidad doméstica, como lo es el ámbito empresarial, se ve afectado por las percepciones, sólo por el hecho de ser mujer se perciben como menos capacitadas o comprometidas y sus ingresos son considerados como suplementarios, y si a estos procesos de segregación se suma la ausencia de normas y leyes que regulen la participación de las empresarias en los procesos de toma de decisiones de las organizaciones, las prácticas discriminatorias se institucionalizan.

Ante estas situaciones de conflicto, las empresarias han emprendido una serie de acciones que les permitan resolverlas de una manera favorable para sus intereses, algunas de ellas ponen en práctica su tenacidad y perseverancia, mientras que otras deciden confrontar o negociar. Las cinco entrevistadas coinciden en señalar que los principales contratiempos se presentan en instituciones gubernamentales –indistintamente de sus actividades y sin hacer distinción entre municipales, estatales y federales–, como parte del relato de Alejandra se observa como ella a través de sus habilidades personales de negociación realiza los trámites de licencias y permisos para su restaurante, incluso ante la oposición de algún funcionario:

> No todos te tratan igual… los primeros trámites que hice me traían del tingo al tango… que ahora trae esto, que te faltó esto otro… pero ahora, con la pena, no salgo del ayuntamiento si no tengo lo que necesito… me volví mañosa, eso sí, no doy un solo peso en mordidas, pero me he vuelto muy buena negociando… cuando veo que uno no me atiende bien, o hablo con su superior o de plano me cambio de ventanilla… (Alejandra, 2013).

Ellas coinciden al señalar que al realizar trámites oficiales el trato que reciben está condicionado por el funcionario que las atiende, para Ochoa (2009), esto se explica ante la nula o poca capacitación de género que reciben los trabajadores de las oficinas de gobierno, pero no es exclusivo de los hombres que atienden las oficinas públicas, las empresarias entrevistadas comentan que es común recibir malos tratos e incluso trabas de las mujeres que son servidoras públicas que están mayormente asociados al hecho del éxito personal de las mujeres.

Sin embargo, las envidias y los celos, no solamente aparecen dentro del personal que labora en las instituciones, sino que puede estar presente entre sus propios colaboradores, por lo tanto, la empresarias se ven obligadas a desarrollar estrategias para disminuir o tratar de eliminar las posibilidades de conflicto en sus relaciones laborales:

> para evitar que me roben o que se quieran pasar de listos… los motivo económicamente y así ellos están contentos, trabajan bien y yo me evito broncas, por ejemplo:… al mejor personal del mes que son aquellos que nunca llegan tarde o que no faltan o si bajaron las mermas…. También cuando representan un ahorro, por ejemplo con la luz, si yo hoy tengo un ahorro de luz del 20%, les distribuyó el 10%, para mí eso es motivarlos… Este tipo de cosas hacen que efectivamente apaguen la luz al salir… (Patricia, 2013).

En este sentido, la resistencia y negociación con instituciones públicas y privadas no son las únicas estrategias colectivas que llevan a cabo las mujeres, para Ravelo (S/F), las estrategias creadas a través de la amistad, del intercambio de experiencias, de consejos, de compartir una memoria, constituyen otras formas de acción y resistencia.

En el caso de Ana todo el apoyo que recibe en el cotidiano de su vida es de su círculo de amistades, conformado por sus vecinas, con quienes además de compartir el tiempo libre, comparte sus momentos de depresión y a través de consejos y estímulos emocionales se siente fortalecida para asumir sus responsabilidades, pero como ella lo señala, no siempre la atención se dirige a ella, sino que en sus reuniones existe un intercambio de apoyos para la amiga que esté pasando por algún momento complicado.

Para Alejandra y Patricia, su red familiar les representó la posibilidad de iniciar su actividad empresarial. Alejandra contó con los recursos suficientes para abrir su restaurante gracias a un préstamo familiar que le hizo una de sus tías, y aunque en ocasiones su madre le cuestiona decisiones con respecto a su actividad económica, tanto ella como su hermana y tías políticas le representan la posibilidad de compartir el cuidado de sus hijos y tener actividades con su pareja o realizar el trabajo que implica el propio restaurante.

Mientras que Patricia –por consejos de su madre– aceptó la sociedad con su hermano, por lo que el apoyo incondicional y el reconocimiento que ha recibido de su madre la han impulsado a plantearse nuevos retos. Para ella, la mujer que la apoya en el trabajo doméstico también le representa un vínculo afectivo, el cual contribuye de manera directa a que ella pueda desprenderse por completo de la limpieza y cuidado de su hogar, y no sólo eso, en palabras de Patricia, es su mujer de confianza, a quien deja encargada de su casa cuando tiene que salir y toma las decisiones de mantenimiento que ella considera necesarias, por lo que a través de los años se han consolidado afectos que se traducen en actos de solidaridad, a pesar de las diferencias sociales, lo cual contrarrestaría con la escisión de género (Lagarde, 1991) y fortalecería una identidad solidaria de género.

Con respecto a la historia de María, su participación colectiva también se da entre miembros de su familia, pero a diferencia de Alejandra y Patricia, es con su familia de descendencia; en la actualidad sus hijas son su principal apoyo emocional y cuando por cuestiones de salud requiere de algún tipo de apoyo o cuidado es a ellas a quienes acude y, al igual que con Ana, sus vecinas, representan otra posibilidad de interacción colectiva, entre las que se genera un vínculo de identidad y pertenencia, ya que al ser en su mayoría mujeres de la tercera edad, generan confianza y apoyos entre ellas mismas, debido a la identificación en el tipo de conflictos y más aún en situación de vulnerabilidad social.

Finalmente, en el caso de Mariana, ella ha conformado una importante red de mujeres, en las que se encuentran sus amigas y primas, inició como un grupo de café que se reunía una vez a la semana para platicar y al irse incorporando más mujeres, lo volvieron un grupo de lectura. Actualmente, además, funciona como un equipo que se apoya entre sí, no están constituidas formalmente, sin embargo, dentro de su dinámica de organización, cada una apoya a las otras de acuerdo con su profesión, es decir, entre ellas, hay psicólogas, diseñadoras, abogadas, fotógrafas, doctoras, maestras, entre otras y cuando alguna expone alguna necesidad, la que tiene acceso para proporcionar soluciones, sin costo alguno, ayuda a su amiga o establece el contacto con quien sea necesario para solventar la situación.

Mariana señala que no ha sido fácil convivir a través de los años, incluso comenta que durante algún tiempo, parecía más un concurso de "yo – yo" porque nadie se quería quedar atrás y fue escenario de presunciones, pero cuando una de ellas fue diagnosticada con cáncer de mama, todas reaccionaron y se dieron cuenta que el apoyo que se podían dar entre ellas. Para Lagarde (1989), estas acciones se pueden explicar debido a la sororidad[52] entre mujeres, y más allá de las desconfianzas, los celos y las envidias, las mujeres pueden formar redes de apoyo que modifican cultural e ideológicamente la visión de las mujeres con respecto a sus iguales.

---

[52] La sororidad se puede entender como una hermandad entre mujeres, y resulta ser tan importante como la lucha contra otros fenómenos de la opresión, además de que posibilita a las mujeres crear nuevos espacios. En estas relaciones no existen jerarquías, sino un reconocimiento de la autoridad de cada una y está basado en el principio de la equivalencia humana. Para Lagarde (1989), la sororidad tiene como base una relación de amistad, pues en las amigas, las mujeres encontramos a una mujer de la cual aprendemos y a la que también podemos enseñar, es decir, a una persona a quien se acompaña y con quien se construye. Habla también de que en

3. Empoderamiento en la dimensión de relaciones cercanas

Aun cuando el empoderamiento en la dimensión individual puede considerarse un elemento esencial para el empoderamiento colectivo, la concentración de poder en la dimensión individual no es suficiente para dar por sentado que existe empoderamiento en la dimensión de relaciones cercanas. Para Hidalgo (2002) y Rowlands (1997), en esta dimensión es más complejo observar el empoderamiento, debido a que las mujeres no pueden percibir de manera tan clara como en las otras dos dimensiones los cambios que se generan dentro de las relaciones de poder.

En este sentido, es más factible que las mujeres logren cambios mucho más perceptibles en la dimensión individual e incluso en la dimensión colectiva antes que en esta dimensión, debido a que el conflicto y los obstáculos se presentan con mayor frecuencia entre las personas cercanas y quizá esto se debe a que en el espacio de lo privado es donde se encuentran más arraigados los estereotipos tradicionales de las mujeres, en los que se busca que la familia tradicional se mantenga como institución y permanezca intacta, por lo que en este espacio las acciones se encaminan a bloquear cualquier cambio, evitando que se generen espacios para negociar.

Al hablar del empoderamiento en la dimensión de relaciones cercanas de las mujeres, implica que ellas desarrollen habilidades, tanto de comunicación como de negociación, que incrementen su capacidad para defender sus derechos y obtener apoyos, y que ellas tengan un sentido de "ser", incluso dignidad. Se puede observar a través de cambios como es el control de circunstancias personales, el control de la natalidad, uso del tiempo, salidas, espacios para asistir a reuniones, también se hace visible con el incremento del respeto personal y el que recibe de otros, así como con la capacidad para tomar decisiones propias (Rowlands, 1997).

Así, los casos de María, Ana, Mariana, Alejandra y Patricia coinciden con los estudios anteriores y parecen demostrar que el empoderamiento en las relaciones cercanas no es una consecuencia del empoderamiento individual, que de acuerdo con Hernández y Hernández (2013), parece ser el área de cambio más difícil para las empresarias, porque a pesar de que algunas mujeres actúan con independencia en los ámbitos económico y político, no necesariamente tienen autonomía en sus relaciones cercanas.

No obstante, para las empresarias entrevistadas su vida se ha modificado de manera constante y permanente desde la apertura de su restaurante, ellas

---

esta relación, unas son el espejo de las otras, lo que permite a las mujeres reconocerse a sí mismas como iguales.

han tomado decisiones que en la dimensión de análisis de relaciones cercanas se pueden observar a través de una serie de cambios que se presentan en diferentes ámbitos de su interacción.

El sentido de "ser" en las relaciones y la dignidad se manifiestan cuando las mujeres se visualizan como merecedoras de respeto, tanto de ellas mismas como de quienes las rodean, lo que implica que se conciban como personas que tienen derecho a manifestar lo que sienten, lo que quieren y decidir si lo hacen o no, también supone que al relacionarse con otras personas lo hagan sobre la base de respeto y equidad, por lo que en este elemento de análisis de la dimensión de relaciones cercanas influyen los cambios que se manifiestan en torno a la autoestima, el respeto y la confianza en sí mismas, que son elementos que también se incluyen como parte de la reflexión de la dimensión personal.

A lo largo de los relatos de las cinco empresarias entrevistadas, se observa como durante algún tiempo y ante varias situaciones ellas reprimieron sus deseos, sentimientos y opiniones, para dejarlos a la voluntad de otros, sin embargo, a partir de que son propietarias de su negocio de comida, estos sentimientos han cambiado, se ha incrementado el respeto a sí mismas y el que otras personas (sus padres, hermanos, hermanas, hijos, hijas, amigas, vecinas y en algunos casos sus parejas) manifiestan actualmente.

Una vez que estas mujeres comenzaron a expresar sus sentimientos y sus necesidades para mejorar su calidad de vida, fortalecieron su dignidad y autorrespeto, tomaron conciencia de que la violencia en la que vivían no era natural y que era consecuencia del sistema patriarcal donde se encuentran insertas, ellas formularon otro tipo de arreglos con los miembros de su familia, por ejemplo, en el plano doméstico, Mariana y Alejandra tienen acuerdos con sus esposos con respecto al cuidado del hogar, mientras que Patricia y Ana optaron por terminar con sus relaciones de pareja ante las dificultades que enfrentaron.

> Por muchos años hice lo que él quiso… [Refiriéndose a su esposo] hasta que dije basta, si a mí no me gusta hacerlo… antes a todo decía que sí por miedo a que me dejará… y mira, terminé dejándolo yo… pero ahora además de no hacer lo que me molesta, me atrevo a decir de frente si algo no me gusta… (Ana, 2014).

Incluso, este aumento en el autorrespeto y el respeto que reciben de quienes las rodean, contribuye de manera directa al incremento en el control de las circunstancias personales, las cuales hacen alusión a aspectos tales como el ingreso, la movilidad, la fecundidad, la sexualidad y el uso o control de recursos. Con respecto a los ingresos, existe una marcada diferencia en-

tre las cinco empresarias, Mariana, además de poseer autonomía económica dispone de recursos suficientes para invertir en diversos negocios de manera simultánea y tener un ahorro substancial, sin que esto merme su calidad de vida; en los casos de Patricia y Alejandra, ellas tienen que tomar decisiones con respecto al tipo de inversiones que realizan, y en ocasiones acudir a préstamos de terceros para emprender nuevos proyectos; María tiene que hacer uso de apoyos familiares para completar sus gastos, mientras que para Ana, su ingreso le permite vivir al día.

Sin embargo, las cinco empresarias controlan los recursos materiales que son de su propiedad y el destino de sus ingresos, en cierta medida han logrado romper con la dependencia vital descrita por Lagarde (1991), la cual lleva a las mujeres a buscar protección y descargar en otros, principalmente en hombres, las responsabilidades que ellas deberían asumir.

> … Yo a mis compañeras las impulso mucho, yo les digo que deben de prepararse, no debemos depender únicamente del hombre, ni emocional ni económicamente… somos independientes, no por el hecho de que tengas una relación… debe hacerte perder que eres un individuo, un ente físico totalmente diferente que tiene sus necesidades y sus distracciones muy diferentes a las de tu pareja… (Patricia, 2012).

Pero a pesar de que la autonomía económica juega un papel importante en las empresarias entrevistadas, "… la disponibilidad del dinero no supone automáticamente ejercer el poder…" (Coria, 1998: 91), la toma de decisiones en el hogar no se limita solamente al control de los recursos financieros, sino que está asociada a la opresión internalizada, en que las propias mujeres se autocuestionan o se responsabilizan a sí mismas de las consecuencias del rompimiento entre lo que su familia espera de ellas y lo que en realidad quieren ser.

Así, en los temas relacionados con el control de la fecundidad y la sexualidad, nuevamente aparece la percepción que tienen de sí mismas como elemento determinante para incrementar la capacidad de tomar sus propias decisiones. Cuando las empresarias toman conciencia de la asertividad en sus procesos de toma de decisiones, la consecuencia inmediata es el incremento de confianza en ellas mismas y se vuelven capaces de expresar y hacer respetar sus deseos, además de romper con los estereotipos subjetivos asociados a la femineidad y a los atributos de obediencia y sumisión de las amas de casa. En estos casos se puede observar como las empresarias han vivido un proceso de apropiación de su cuerpo, el cual dejó de ser propiedad de otros para ser de ellas mismas y reconocerse como un sujeto social.

> … te juro que no me explico cómo permití tantas humillaciones… para él yo era un objeto sexual y pues la culpa fue mía porque por tenerlo contento nunca dije que no… ahora prefiero estar sola que volver a pasar por esas situaciones de ofensa y falta de respeto a mí misma… (Ana, 2014).

Con respecto al uso del tiempo y la movilidad, a diferencia de los resultados de los trabajos de Hidalgo (2002), que analizó el empoderamiento en la dimensión de las relaciones cercanas en una comunidad rural del norte de México, y Rowlands (1997), que estudio un grupo de mujeres en Honduras, la movilidad no resultó ser un factor determinante para el empoderamiento de las empresarias en esta dimensión, debido a que ninguna tiene que pedir permiso a sus parejas para salir de sus casas, sin embargo, en los casos de Alejandra y Ana, quienes tienen hijos pequeños, tienen que buscar alternativas para salir de sus hogares, Alejandra negocia con su esposo, mientras que a raíz de su separación, Ana se apoya de su círculo de amistad.

No obstante, en esta dimensión de análisis, el incremento en la capacidad para tomar decisiones se identifica como un aspecto medular porque no es posible desvincular la influencia que tuvo su familia de origen y la que tiene su familia actual en la formación de su carácter, por lo tanto, a diferencia del modelo propuesto por Rowlands (1997), en este trabajo de investigación se incluyó como parte del análisis el ciclo de vida familiar de las mujeres empresarias.

Para Kannabiran (1993, citada por Batliwala, 1997), la familia es la última frontera de cambio en las relaciones de género, y es en el hogar donde se forman y replican patrones de conducta en que las mujeres siguen siendo creadas para la sumisión y la perpetuación de los roles tradicionales de amas de casa, madres y esposas. Sin embargo, en la actualidad no es posible generalizar esta premisa. El ámbito familiar de las mujeres representa una serie de complejidades enmarcadas por las situaciones y contextos históricos en el que crecieron y se desarrollaron cada una de ellas, en los casos de las empresarias entrevistadas, su actuar presente está condicionado por los principios, valores y ejemplos familiares que recibieron a lo largo de su vida, incluso sus principales conflictos internos se presentan cuando ellas tratan de romper con los estereotipos familiares, para ellas sus familias de origen han representado el motor que las impulsa para seguir adelante, en algunos casos las invita a romper con patrones de conducta familiar, aunque en otros casos ellas tratan de replicarlos.

La familia es una institución compleja y dinámica, en donde las relaciones de poder entre hombres y mujeres se presentan desiguales y asimétricas,

transitan entre lo público y lo privado, es decir, los hombres tienen una relación de dominación dentro de la familia que se traslada a lo laboral (Bordieu, 1998), con lo que se acentúan las asimetrías de género.

En este sentido, en el ámbito familiar, en el que se incluye no solamente a la pareja, sino a los padres o familiares directos, nos encontramos que la empresarias provienen de familias de diferente conformación, cuatro de ellas fueron educadas en familias de conformación tradicional, cuyas madres eran amas de casa y sus padres eran los proveedores, mientras que en el caso de María, vivió con su padre biológico y la segunda esposa de éste, pero manteniendo las actividades tradicionales. En todos los casos recibieron un trato y educación diferente a la que recibieron sus hermanos hombres, donde ambas figuras, paterna y materna, pugnaban por mantener un comportamiento tradicional entre las hijas, pero con los años inició la preocupación de uno de los dos padres por romper con algunos aspectos de las funciones tradicionales de las mujeres. Para Alejandra, Mariana y María fue la figura de su padre quien de cierta manera las alentó a ser independientes, mientras que para Patricia y Ana fue su madre quien jugo este rol.

> Mi familia era algo así como en vías de modernización… de verdad que ahora que lo pienso era complicado, por un lado era el discurso de "estudia para que no te den órdenes"… pero por el otro lado, "que va a decir tu marido cuando se dé cuenta que no sabes hacer nada… (Mariana, 2013).

No obstante, los cambios sociales, económicos y culturales inciden directamente en la conformación familiar y las relaciones al interior de estas, y es importante reconocer que la conformación familiar ha cambiado[53] y no se puede hablar de un solo modelo familiar, por lo tanto el papel que juegan las mujeres dentro de la familia está condicionado a esta conformación y los acuerdos tomados como parte de la misma.

Hidalgo (2002) reflexiona en esta dimensión de empoderamiento sobre el trabajo doméstico como un aspecto clave que abona a la equidad de género dentro de las familias. Ella propone que la contribución de los hombres al trabajo doméstico vuelve visible tanto la habilidad de las mujeres para ne-

---

53 Arriagada (2002) describe una tipología familiar a partir de los miembros que conforman la familia y la interacción que existe entre los mismos. Las familias nucleares son integradas por el padre o madre, o ambos con o sin hijos; las familias extendidas, además de estos miembros, se conforman por otros parientes; las compuestas incluyen no parientes. Mientras que las familias biparentales están formadas por ambos padres con o sin hijos; monoparentales, padre o madre, con o sin hijos, y complejas, en las que el padre o la madre contraen nuevas nupcias o cohabitan con una nueva pareja, pueden tener o no hijos.

gociar, como las transformaciones en la relaciones de género. Ciertamente, este cambio se hace presente en la vida de algunas de las empresarias entrevistadas, quienes han modificado su actuar con respecto a los quehaceres del hogar y reciben apoyo por parte de sus parejas, sin embargo, lo que llama la atención es como este trabajo se traslada principalmente entre mujeres, es decir, las empresarias cuyo nivel de ingresos les permite contratar a una trabajadora doméstica para que ésta sea quien realice los quehaceres del hogar, lo llevan a cabo, por lo que solamente trasladan estas responsabilidades a otra mujer y son ellas mismas quienes contribuyen a mantener el estereotipo tradicional de que las mujeres son mejores para realizar el trabajo doméstico.

Con respecto a su actividad económica nos encontramos con una dicotomía, por un lado, estas mujeres irrumpieron en un espacio laboral reservado para el uso de los hombres como es el empresarial, mientras que por otro lado, eligieron la rama restaurantera, que de alguna manera sigue asociada a las mujeres a través de las funciones tradicionales de preparación de alimentos. Si bien es cierto, las dos microempresarias optaron por esta rama económica por la relativa facilidad que les representaba la preparación y venta de los alimentos, las otras tres empresarias vieron en la rama restaurantera una opción de negocio, dos de ellas aprendieron a cocinar tiempo después de ser propietarias, fueron motivadas porque querían conocer todos los procesos que implicaba su restaurante, mientras que la tercera no muestra interés alguno por la preparación de alimentos, por lo que la representatividad femenina de cocinar no es la motivación principal para emprender un negocio en estas tres mujeres.

Ciertamente, estas empresarias han tenido que desarrollar habilidades para comunicarse y negociar, por lo que se han vuelto un blanco de las críticas de hombres y mujeres, porque consideran que se han masculinizado, es decir, las mujeres han aprendido y ejercido las actitudes que los hombres proyectan al momento de desempeñar sus funciones (Martínez, 2004:465), a tal grado que algunas de ellas han tenido que optar por ser autoritarias y mostrar un carácter fuerte cuando han sido sujetas a discriminación por cuestiones de género, tal es el caso de Patricia, quién con sus homónimos, empresarios o proveedores, se muestra sumamente masculina

> … si te dejas te comen… te tienes que poner al tú por tú… aunque te tiemblen las piernas… por eso uso pantalones, para que no se me note… cuando de recién me incorpore al negocio… había una deuda enorme… y yo iba a negociar con una cantidad muy modesta… y me dijeron: "no, no, no, no eso no me sirve, yo no hago negocios con usted porque es mujer". Y pues finalmente lo tenía que hacer porque la dueña del lugar soy yo,

> y como le dije, si no lo quiere hacer usted mándenme alguien con quien yo pueda negociar… (Patricia, 2013).

Incluso estas percepciones se trasladan a los núcleos familiares y de amistad, en donde son percibidas, cuestionadas y criticadas porque cruzan los límites entre lo que las mujeres deben ser y hacer y el papel de los hombres, siendo las mujeres de su familia quienes más cuestionan o las atacan por romper los esquemas tradicionales. En el caso de Mariana, las mujeres de su familia y sus hermanos le cuestionan la decisión de no tener hijos y la llaman egoísta, incluso en una entrevista con un miembro femenino de su familia, comentó que dudaban de su heterosexualidad: "… al principio algunas de mis tías creían que era lesbiana y que se había casado para guardar las apariencias…"

En la historia de vida de Alejandra, su principal detractora resulta ser su mamá, quien es la principal promotora de mantener el comportamiento tradicional en el hogar, por lo que nuestra entrevistada creció en una constante lucha entre el querer y el deber ser impuesto por su madre: "…para mi mamá siempre hemos sido diferentes, ellos pueden hacer lo que quieren y mi hermana y yo, no… teníamos que hacer lo correcto…" (Alejandra, 2013), incluso en los últimos años reiteradamente le cuestiona el que no se quede en su casa a cuidar a sus hijos y que sea su esposo quien se encargue del hogar: "… dice [arremedando a su mamá] tú no eres el hombre de la casa, lo vas a hacer un atenido, se va a acostumbrar a que lo mantengas…" (Alejandra, 2013).

Sin embargo, las empresarias no son vistas como masculinizadas en todos los contextos, sino por el contrario, resultado de la visión tradicional, en que las mujeres se sitúan como oprimidas en las relaciones de poder, ellas se han enfrentado a diversas situaciones de discriminación de género a causa del machismo, ya sea entre hombres dentro del hogar, fuera del hogar o el aceptado por ellas mismas (Hidalgo, 2002). En el primer caso sus padres o sus parejas no aceptan los cambios de ellas y en los papeles que desempeñan dentro de la familia:

> … a mi papá no le gustaba verme atendiendo porque creía que iba a terminar de mesera… y luego a mi mamá no le gustaba mi socio… total que se la pasaban cuestionándome las decisiones que tomaba con respecto a lo que yo quería hacer… (Mariana, 2013).

En el caso de los hombres externos a la familia, ellos también presionan para que las mujeres cambien o modifiquen los papeles profesionales que ellas desempeñan, en sus historias se identifican a proveedores que prefieren negociar con un hombre, funcionarios que prefieren ignorarlas o minimizar

sus necesidades, empresarios que prefieren negociar con un intermediario, líderes sindicales que pretenden invisibilizarlas:

> … yo inicié con el proyecto del negocio para poner cafeterías en escuelas fuera de la ZMG, pero cuando él se dio cuenta que mi esposo entró al negocio, muy sutilmente me dijo :"Si no te molesta trato con Juan para que tú no descuides a los niños… (Alejandra, 2012).

Finalmente, en el caso en que las propias mujeres aceptan el machismo de los hombres como un comportamiento socialmente aceptado y lo interpretan como una expresión de su masculinidad, en la que existen diferencias entre las acciones que los hombres sí pueden realizar y las mujeres no:

> … esta vez que fuimos con el del sindicato ¿sabes cuándo me volteo a ver? O ¿Cuándo me dirigió a mí la palabra? Nunca… entonces lo que yo hice fue dejar que mi socio arreglará todo, que entre hombres se entiendan (Mariana, 2013).

Estos factores inhiben de manera directa el empoderamiento en la dimensión de relaciones cercanas, que como se ha venido discutiendo desde capítulos anteriores, el resultado de los cambios en la relaciones de poder de las empresarias se ha traducido en una serie de experiencias negativas con las personas más cercanas a su vida, no solamente con sus parejas, sino con sus padres, hermanos e inclusive con algunos miembros femeninos de su familia o de sus círculos de amistad, por lo tanto, en las siguientes líneas revisaremos los conflictos que se derivan de la falta de cumplimento de las diferentes expectativas de los roles masculinos y femeninos.

Conflictos en la dimensión de las relaciones cercanas

Para Argawal (1999), los conflictos no solo se manifiestan en la división del trabajo y de los recursos entre mujeres y hombres, sino en las ideas y representaciones tradicionales[54] que se asignan a cada uno de ellos, por ende, la naturaleza de las relaciones sociales se caracteriza por la cantidad de conflictos que se pueden suscitar al interior de las mismas, además, si se habla del poder dentro de las relaciones cercanas, éstas se complican aún más como consecuencia de las expectativas personales o familiares que no se cumplen,

---

[54] Por representaciones tradicionales se entiende aquellas atribuciones diferenciadoras que se asignan a mujeres y hombres, sin importar las distintas capacidades, actitudes, deseos, rasgos de personalidad o patrones de conducta, entre otros, sino que por el simple hecho de pertenecer al sexo masculino o femenino, se visualizan como individuos con derechos y obligaciones diferentes.

por tal motivo, en esta dimensión de análisis los conflictos se pueden observar con mayor facilidad que los cambios que se presentan como parte del proceso de empoderamiento.

La vida de las mujeres se caracteriza por estar rodeada de conflictos, ya sean de tipo económico, social o cultural, y su proceder es cuestionado desde el momento en que se rompe alguno de los estereotipos tradicionales. En el caso de las empresarias, los problemas no solamente surgen al interior de su familia, cuando ellas no cumplen con los estándares familiares demandados, sino que además estos conflictos logran fracturar sus vínculos sociales y laborales.

Es importante iniciar señalando que ninguna de las cinco mujeres entrevistadas tiene formación de género, sin embargo, de muchas maneras rompen con los estereotipos tradicionales, lo que se traduce en momentos de tensión en sus relaciones cercanas, principalmente en el ámbito familiar, en donde además de la pareja se incluye la relación con sus padres.

Muchos de los conflictos familiares se explican a través del modelo de familia concebida como una institución patriarcal, la cual se convierte en la generadora de relaciones autoritarias y desiguales, basadas en las diferencias de edad y género (Jelin, 1995; Di Marco, 2005). Estas características son identificadas en las familias de procedencia de las empresarias entrevistadas, quienes enfrentaron una serie de conflictos durante su infancia y adolescencia, debido a que sus padres hacían distinciones entre los hombres y mujeres del hogar; los hombres debían tener acceso a la educación, además de que se les otorgaban permisos para salir por las noches y llegar a la hora que quisieran, mientras que con las mujeres los derechos y obligaciones eran diferentes, ellas tenían que apoyar a su madre en las actividades del hogar, su salidas eran controladas y la educación formal fue seriamente cuestionada.

Si bien es cierto, todas las empresarias coinciden en señalar que en la actualidad y a pesar de ser sujetas a críticas por sus decisiones en lo laboral o en la personal, son sus padres una fuente de apoyo y refugio, sin embargo, también al inicio de su actividad empresarial fueron cuestionadas, por romper con todo lo que sus padres les habían inculcado a lo largo de su infancia y adolescencia, donde ellas deberían encargarse de las actividades reproductivas del hogar y sus esposos debían ser los principales proveedores:

> … Mis papás me apoyaron en la decisión de salirme de trabajar de tránsito y poner el café… pero mi mamá, cuestiona el que me lleve a los niños cuando tengo cosas que hacer… no entiende que no los expongo, sé que el mercado, el negocio o el coche no es el mejor lugar para ellos, pero ¿pues qué hago?...” (Alejandra, 2013).

En la actualidad algunos grupos familiares se están abriendo a procesos de negociaciones que cuestionan las relaciones de poder y autoridad entre los hombres, mujeres y niños que conforman las familias (Di Marco, 2005; Arriagada, 2002; Jelin, 1995), y estos cambios están siendo promovidos principalmente por las mujeres, sin embargo, el cambio de roles no siempre es bien asimilado y aceptado por los miembros masculinos de las familias, para las empresarias el punto de mayor rispidez se da con sus parejas.

Es difícil generalizar respecto de si las parejas de las empresarias son un refuerzo o un obstáculo para su labor empresarial y por consecuencia contribuyen al empoderamiento de estas mujeres. En estos relatos de vida encontramos que dos de los casos desembocaron en un rompimiento, mientras que en otro de ellos el ámbito laboral ha fortalecido el lazo del matrimonio, y en un tercer caso, tienen conflictos, pero no resultado del éxito empresarial.

Algunas autoras afirman que a mayor nivel de empoderamiento de las mujeres, sus parejas se sienten amenazadas en su papel de hombres. Además, se afirma que los conflictos se relacionan con una mayor preparación de estas mujeres que de sus cónyuges (Hernández y Hernández, 2013). En el caso de Mariana, quien no declara abiertamente tener conflictos con su esposo por su actividad empresarial, sí describe momentos conflictivos con su pareja debido a los hijos que su esposo tuvo en su primer matrimonio: "… ya te puedes imaginar, es difícil… la ex siempre exigiendo… hasta que hace dos años el menor se vino vivir con nosotros… mi marido se hace cargo económicamente 100% de él…" (Mariana, 2013). Cabe señalar que Mariana ya tenía consolidado su primer restaurante cuando se casa con Luis, sin embargo, la decisión de no tener hijos la toma durante la expansión de su cadena de restaurantes.

Si bien es cierto, al momento de las entrevistas Patricia no tenía pareja, si nos describe los problemas que vivió con su pareja anterior: "…como dice el dicho, cuando el dinero sale por la puerta el amor lo sigue por la ventana… y así fue, cuando hubo crisis en el país yo me vi afectada, perdí casas, carro, todo… y lo más fácil para él fue dejarme…" (Patricia, 2012). Mientras que en el caso de Ana, cansada de la violencia psicológica en la que vivía decide dejar a su pareja.

Podemos decir que Patricia, Ana y Mariana enfrentan problemas de devaluación social, las dos primeras como mujeres divorciadas y la segunda una mujer que decide renunciar a la maternidad, en una sociedad donde aún se considera a las mujeres como seres dependientes de un marido proveedor y como pilares de la familia, responsables de las actividades reproductivas.

Por otro lado, en el relato de vida de Alejandra, ella señala que recibe apoyo y consideraciones por parte de su esposo, con quien comparte las acti-

vidades y decisiones del hogar, y en este momento también del restaurante, lo que le ha ayudado a visualizarse como alguien que merece respeto, sin embargo, ella sigue sometida a las dobles jornadas de trabajo que le implican el restaurante y el cuidado de los hijos.

Creemos que tanto los cambios en la conformación de las familias tradicionales, así como en la configuración del mercado de trabajo, ha vuelto visible toda la actividad que realizaban las mujeres en casa –cuidado físico y emocional–, incluso que la conciencia que toman las mujeres sobre su propio cuerpo, así como de la enorme tensión que significa el traslape de tiempo y el continuo desplazamiento de un espacio a otro, ha hecho que los conflictos en esta dimensión sean más comunes, debido a todos los cambios en la organización familiar, social y laboral que esto representa, por lo tanto las estrategias de resistencia, negociación, compensación y subordinación que desarrollan las mujeres para contrarrestar los efectos del poder opresor, a su vez son más evidentes.

Estrategias presentes en la dimensión de relaciones cercanas

Desde la condición de opresión del sistema patriarcal en el que están inmersas las mujeres, Lagarde (1997), identifica tres fuentes ante las que ellas también ejercen el poder: 1) El dominado confiere por su ejecución, poder y existencia al dominador. Sin una mujer a quien oprimir no existiría el agresor. 2) Las mujeres obtienen poder a partir de su especialización, en la realización de hechos que sólo ellas pueden hacer, como es la capacidad de gestar una vida. 3) Otra fuente de poder, no como oprimidas o especialistas exclusivas, se tiene en cuanto satisfacen sus necesidades y trascienden a los demás.

En este sentido, muchas mujeres sienten que su condición femenina las aleja de la posibilidad de negociar y prefieren ceder espacios y aspiraciones legítimas, es decir, ceder antes que negociar para mantener la armonía del hogar (Coria, 1998). Históricamente, las mujeres han desarrollado múltiples formas para conseguir sus objetivos, algunas de ellas a través del silencio, como disfraz de prácticas no autorizadas para el género femenino (Di Marco, 2005). Las tretas del débil, que se han constituido en tácticas de resistencia (Ludmer 1985), dejan a las mujeres menos expuestas a las críticas por buscar cubrir sus necesidades, aun cuando esto implique que no reciban reconocimiento alguno por esta subordinación voluntaria y puedan traer como consecuencia el que obtengan logros para ser tomadas en cuenta, o por el contrario las mantenga en la situación inicial.

Desde una visión tradicional del papel de las mujeres en la familia, el trabajo doméstico es atribuido como una responsabilidad inherentemente femenina, sin embargo, la subordinación como estrategia de resistencia se presenta en la vida de las mujeres cuando a consecuencia de los conflictos dentro del hogar se rompen los vínculos afectivos y sociales, y con la intención de recuperar sus relaciones, ellas voluntariamente ceden a la realización de actividades relativas al cuidado del hogar e incluso sacrifican compromisos profesionales, por lo que la condición de subordinación obedece a una estrategia voluntaria para resolver o suavizar los conflictos, e incluso en algunas ocasiones se puede volver una herramienta de negociación.

Estas estrategias de subordinación consciente se encuentran presentes en las relaciones cercanas de las empresarias entrevistadas, tanto profesional como familiarmente. Mariana nos relata como de sentir la necesidad de ser respaldada por un socio hombre decidió mantener su sociedad empresarial con él, debido a los beneficios que éste le trae al momento de hacer negociaciones y evitar así conflictos relacionados con su condición de mujer, además de que le ha permitido salir bien librada de situaciones de discriminación e incluso verse favorecida en las negociaciones:

> … inicialmente yo creía que sola de mujer no iba a poder salir adelante, que para ser empresario se tenía que ser hombre, pero los años y el seguir estudiando me enseñaron que no es así, ya demostré que esto sigue adelante porque yo he tomado el toro por los cuernos en varias ocasiones y hasta he enfrentado a mi socio… de hecho, ahora hasta finjo la necesidad de que él [su socio] sea quien me ayude a resolver algunas negociaciones en precios… no soy rubia, pero puedo aparentar ser muy ingenua… (Mariana, 2013).

Otras situaciones en las que Mariana considera que tener un socio hombre le es benéfico, es al momento de cerrar tratos con otros hombres, quienes acostumbran citarse en bares y restaurantes, por lo que para evitarse algún problema con su marido, ella acepta que su socio se vuelva sus ojos y sus oídos y así ella evita tener conflictos con su pareja. Alejandra también es consciente de la necesidad de subordinarse para mantener sin problemas su relación de pareja, a pesar de los antecedentes alcohólicos de su esposo, ella acepta asistir a las reuniones con su familia política, las cuales se caracterizan por los excesos de alcohol:

> …vamos a las reuniones que nos invitan… voy con el estómago hecho nudo… pero si me opongo, al rato no me va a invitar y se va ir solo, así que por lo menos así tengo la tranquilidad de que si toma yo puedo manejar… (Alejandra, 2013).

En los casos de Ana, María y Patricia, esta subordinación voluntaria se hace presente desde antes de tener pareja. Patricia, aceptaba las órdenes que daba su papá con respecto a la atención de sus hermanos, para poder seguir estudiando; Ana hizo uso de ella para poder salir de su pueblo y establecer su domicilio en la ZMG mientras que María asumió la responsabilidad del hogar y dejó en manos de su esposo el manejo de los negocios familiares, aunque años después esto le implicó perder todo su patrimonio.

Ciertamente, en el ámbito familiar, estas estrategias de subordinación, por lo general resultan ser desventajosas para las mujeres y reflejan la dificultad para hacer cambios en sus relaciones de pareja, que en opinión de las mujeres, estas concesiones son realizadas para evitar la desintegración de los hogares (Hidaldo, 2002). Pero, además de las acciones de subordinación consensuada, las mujeres también emprenden otra serie de estrategias, entre las que se encuentra la compensación, situación que se presenta cuando por alguna situación se alteran las rutinas familiares y ellas mismas asumen la responsabilidad de que eso suceda, por lo que a través de la compra de bienes o intercambio de acciones ellas intentan compensar la pérdida o la insatisfacción.

Generalmente, la doble carga del empleo y la atención al hogar llevan a las mujeres a buscar un equilibrio en las relaciones de poder, por lo que tratan de disminuir las presiones y los conflictos domésticos (Konrad, 2007). En donde la compensación se convierte en una fuente para adquirir poder, no obstante, el sentimiento de culpa es el principal detonador de estos impulsos y estrategias que buscan equilibrar las diferencias y resarcir los efectos negativos dentro de sus hogares, que a juicio de las mujeres son ocasionados por ellas mismas.

En el caso de Alejandra y Ana, quienes tienen hijos pequeños, se sienten culpables por la falta de tiempo para dedicarles a sus hijos. Ana reconoce que es una necesidad de sobrevivencia, por lo que en lugar de extender su horario de servicio, sacrifica los ingresos para estar al pendiente de sus hijas una vez que salen de la escuela. En el caso de Alejandra, ella comenta que a pesar de todos los beneficios que ha traído el restaurante, en este momento de su vida necesita más tiempo para sus hijos, por lo que está considerando la posibilidad de contratar a un tercero para que se haga cargo de la supervisión de las actividades del restaurante:

> … lo delegaría por unos 5, 6, 7 años, mientras mis hijos crecen… yo decidí ser madre y ahora tengo que cumplir con ellos… porque por más fines de semana que les dedico a Juan y a los niños, no es lo mismo, entre la escuela y el restaurante paso mucho tiempo alejada de ellos… (Alejandra, 2013).

Al enviudar, María también acudió a la compensación como una estrategia para salvar la relación con sus hijos, ella decide apoyar completamente a los dos hijos que quedan por fuera de la herencia, aunque eso representó una separación emocional de su hija mayor. Mientras que Mariana, para evitar conflictos con su esposo por la diferencia en los ingresos, ella cubre los gastos que por motivo de los viajes de ambos o de ella sola se generan.

Todas estas concesiones se generan para evitar la desintegración familiar, no obstante, en la mayoría de los casos se da un arreglo desventajoso para las mujeres, ya que en el caso de las empresarias que son madres, asumen que ellas son las únicas responsables del cuidado y atención de los hijos, mientras que con la pareja, ellas asumen el trabajo doméstico como una obligación solamente suya, además de que en algunos momentos su pareja las hace sentir culpable por la diferencia en nivel de ingresos y el éxito profesional.

Así, las estrategias de negociación se pueden considerar como el principal elemento compensador de las relaciones de poder dentro de la familia. Rivera y Díaz (2002) analizaron cómo la pareja intercambia una serie de peticiones en relaciones de poder, ellos definieron que la diferencia radica en los estilos, en la forma en que se transmite la comunicación, es decir, de qué manera se dirige un individuo a la pareja para que haga lo que él quiere, ya sea afectuoso (cariñoso, tierno, cordial), autoritario (áspero, violento, explosivo), e incluso puede chantajear mostrándose indefenso, temeroso, para hacer sentir culpable y responsable a su pareja.

De tal manera que en el espacio de negociación cada miembro de una pareja es portadora de sus necesidades, intereses y metas, ligadas tanto a la situación puntual como a situaciones previas de su propia historia personal y familiar, y que además están modeladas por expectativas que van más allá de lo personal, son resultado de las posiciones que cada uno de ellos ocupa socialmente, ya sea en la esfera privada o en la pública (Di Marco, 2005), por lo que dentro de las relaciones cercanas del proceso de empoderamiento, la negociación juega un papel importante a pesar de estar condicionada por las normas sociales y las percepciones que se tienen entre las actividades tradicionales de hombres y mujeres.

En este sentido, para que una estrategia de negociación en esta dimensión de análisis pueda considerarse exitosa requiere de la ruptura de la autoridad naturalizada de las relaciones entre los sexos (Bordieu, 1998). Dentro del hogar, la interacción de los miembros de una familia contiene elementos tanto de cooperación como de conflicto, por lo que los miembros cooperan en la medida en que los acuerdos de cooperación hacen su situación más có-

moda que la no cooperación, sin embargo, se pueden obtener resultados muy diferentes sobre quién hace qué, quién obtiene qué bienes y servicios y qué trato recibe cada miembro (Agarwal, 1999).

En el caso de las estrategias de negociación de las mujeres empresarias entrevistadas, nos encontramos con diversas situaciones, en las que su capacidad de negociación se define por un conjunto de factores como son los bienes económicos individuales, los sistemas de apoyo comunitario/externo, las normas sociales e instituciones, o las percepciones sobre aportaciones y necesidades.

En este sentido, Mariana nos comenta que a través de la propiedad de recursos materiales ella ha obtenido una serie de beneficios con los cuales negocia sus decisiones con su esposo:

> … uso mi dinero para darme todos mis gustos y cumplir todos mis caprichos, es más, cuando quiero ir de viaje a algún lugar, yo invito a mi gordo para que no me ponga pretextos de que está muy gastado o de que el negocio no anda bien… (Mariana, 2013).

Alejandra ha tenido que negociar ciertas decisiones, y desde su punto de vista ella ha incrementado su capacidad de tomar decisiones, tanto en el restaurante como en el hogar, ya que gracias a los acuerdos que han tomado, Juan participa activamente en las actividades del hogar:

> … normalmente, cuando tengo que salir, Juan se queda con los niños, les da de cenar, los baña, los acuesta… incluso llego y la casa está ordenada, los trastes limpios y la ropa limpia… que él se encargue de algunas cosas con los niños y la casa hace que me sienta menos estresada… más tranquila y hasta contenta… y claro, es en su beneficio al final de cuentas… (Alejandra, 2013).

Sin embargo, las empresarias entrevistadas no solamente han desarrollado habilidad para negociar con sus parejas, sino que durante su vida han aprendido a pactar acuerdos con otros miembros de su familia. En los casos de Ana y Patricia, ellas tuvieron que aprender a negociar con sus hermanos, ante la insistencia de su padre de que ellas por ser mujeres tenían que apoyar a su madre en atender a sus hermanos:

> … mi papá era del pueblo y la mujer tenía que asumir las actividades tradicionales… era cerrado al respecto, entonces él siempre insistió en que le ayudara a mi madre en casa y que además lo atendiera a él y a mis hermanos hombres… (Patricia, 2013).

Incluso en el ámbito laboral, las empresarias también han desarrollado habilidades para negociar, tal es el caso de Mariana, quien nos comenta como

toma las decisiones con respecto al manejo de las finanzas en sus restaurantes:

> … nadie me toca el dinero, yo le entrego a final de mes [a su socio] lo que le corresponde… hasta en ese sentido me he ganado el respeto… incluso…. en los otros restaurantes, antes de tomar una decisión importante con el dinero … me la consultan a mí… [para franquiciar]… me llegaron cuatro hombres, él [su socio] con tres de sus hijos a presentarme el proyecto… no me gustó como estaba... establecí las condiciones, las aceptaron y por eso se abrieron las nuevas sucursales… Yo soy dueña de la marca… (Mariana, 2013).

Ciertamente, la complementariedad hombre-mujer puede servir para ocultar desigualdades y esconder relaciones de poder, sin embargo, también puede ser un punto fuerte para el empoderamiento de las mujeres (Celiberti, 2010), nuestras entrevistadas asumen el rol de mujer y reconocen la necesidad del papel que juegan los hombres en su vida, tanto personal como profesionalmente, sin embargo, están conscientes de la necesidad de construir sociedades más equitativas, en las que exista justicia en la distribución de responsabilidades, recursos y poder entre hombres y mujeres, para distinguir las desigualdades que están ligadas a la discriminación de género y a la vez reconocer las diferencias intrínsecas de hombres y mujeres que requieren de un trato diferenciado para compensar y equiparar sus derechos.

4. Reconstrucción del proceso de empoderamiento de las empresarias

El empoderamiento debe ser visto como un proceso integral que se ubica en las realidades complejas y cambiantes de las mujeres en un mundo generizado (Rowlands, 1997). Este proceso está conformado por una serie de situaciones que inhiben e impulsan las habilidades y capacidades de las mujeres dentro de las relaciones de poder, por lo que constantemente atraviesan altibajos en la distribución del mismo. Este proceso implica que las mujeres incrementen su capacidad de decidir sobre sus propias vidas, mediante el control de los recursos materiales y no materiales, y la autoconciencia de sí mimas, para poder alcanzar sus intereses estratégicos (Zabludovsky, 2013).

En los casos de las empresarias entrevistadas, nos encontramos con que sus perfiles se asemejan a dos tipologías distintas, descritas por Arias (2001), la primera, mujeres de negocios, Mariana, Patricia y Alejandra, que son mujeres innovadoras dispuestas a correr riesgos, ellas decidieron incursionar en el ámbito empresarial buscando oportunidades de crecimiento profesional

y personal para cambiar su condición de trabajadoras subordinadas con un ingreso seguro, por un espacio laboral que les ofrece mayores oportunidades de crecimiento. Mientras que Ana y María se acercan a la segunda tipología de mujeres en negocios (Arias, 2001), quienes vieron en un negocio de preparación y venta de alimentos una forma de sobrevivencia ante las crisis económicas y familiares que se presentaron en sus vidas, sin embargo, todas son mujeres con agencia que participan conscientemente en estructuras masculinizadas, como lo es el ámbito empresarial.

Con respecto a su actividad económica, si bien es cierto, la cocina es una actividad tradicionalmente asociada a las mujeres, creemos que la propiedad de una empresa de la industria restaurantera difiere de lo que implica la actividad de cocinar, es decir, estas empresarias permanentemente intentan romper con los estereotipos sociales asignados a las mujeres, ellas toman decisiones de manera individual sobre su patrimonio, el hogar y el manejo de su negocio, no obstante se apegan a algunos papeles tradicionales con respecto a la forma de hacer negocios asignados a las mujeres.

Una diferencia que es inevitable resaltar tiene que ver con la educación, mientras que las dos empresarias que aparecen como actores emergentes tienen estudios básicos, las otras tres mujeres entrevistadas recurren reiteradamente a la educación como un medio para superarse profesional y personalmente, ellas atribuyen el incremento en su seguridad y autoestima a partir del momento en que tienen acceso a la educación formal.

En el aspecto emocional, el incremento en su autoestima y seguridad está relacionado con el reconocimiento que han recibido por los hombres con quien tienen una relación afectiva o laboral, ellas relatan como parte de sus mejores momentos cuando su padre, hermanos, socios, colegas o parejas manifiestan sentirse orgullosos de ellas por el éxito de sus restaurantes.

También pudimos identificar que son mujeres que a pesar de que no han cesado en su lucha por expandirse empresarialmente, se han sentido rechazadas e incluso señaladas por su decisiones de no actuar de acuerdo a las expectativas sociales que se esperan de ellas por ser mujeres: Patricia es una mujer sola y sin hijos; Mariana decidió no tener hijos; María, es una mujer viuda con un cuarto hijo que no fue reconocido por su padre; Ana es madre soltera y vivió por varios años con el padre de sus hijos sin casarse; y Alejandra es una mujer que continua con su lucha interna por romper con los estereotipos sociales, que negocia con su pareja el número de hijos y no delega en su esposo la toma de decisiones en el hogar o el manejo de su negocio, sin embargo, se apega a los papeles tradicionales asignados a las mujeres, ella defiende su maternidad y la responsabilidad de cuidar y educar a sus hijos.

Incluso, el relato de nuestras entrevistadas nos da acceso a los momentos críticos en su vida, en los que reconocimos la presencia de acciones que implican conformidad, subordinación, negociación y resistencia. Nos permitió identificar como algunas acciones de subordinación son resultado de acciones voluntarias y conscientes de las empresarias en cuestión por ganar espacios de poder y confirmar así que: "El poder no es inherente a una posición, un espacio o una persona; no es poseído por ninguno de los actores y no es un proceso suma cero" (Foucault, 1977:55).

Son empresarias que sin duda atraviesan por un proceso de empoderamiento en los tres niveles de análisis, que, dicho sea de paso, no está exento de conflictos, cuya actuación indudablemente contribuye al reconocimiento social del trabajo de las mujeres y muestra como las relaciones de poder son resultado de las interacciones y no son impuestas por una de las partes (Niño y Villareal, 2011: 298). Incluso creemos que su autonomía económica tiene un impacto en las tres dimensiones analizadas como parte del proceso de empoderamiento, tanto por la seguridad económica que le representa, como por el desarrollo de habilidades para negociar que ha traído como consecuencia.

Algunos casos que aquí presentamos, como los de Mariana, Patricia y Alejandra, nos permiten observar mujeres con un elevado compromiso hacia el desempeño de su actividad empresarial y con un rechazo hacia el papel que tradicionalmente se asigna a la mujer en la sociedad. Son mujeres que rompieron con los estereotipos sociales, que negocian con sus parejas decisiones como la administración del hogar y la planificación familiar y no delegan en los varones la toma de decisiones o el manejo de sus negocios. Son empresarias que viven procesos de empoderamiento en las dimensiones individual y colectiva, y cuya actuación indudablemente ha contribuido al reconocimiento social del trabajo de las mujeres, así como a la posibilidad del surgimiento de nuevas identidades femeninas, que de acuerdo con Martínez (2004):

> Las mujeres con poder son las que tienen en su práctica cotidiana, tanto en la organización como en el espacio privado, la capacidad de coadyuvar a cambiar la cultura genérica tradicional que tanto aprisiona a hombres y mujeres. Su presencia, que se hace patente en las prácticas cotidianas al interior de las organizaciones, o mejor aún, la proyectada en los medios masivos de difusión, representa el rompimiento simbólico de una representación tradicional de la mujer resignificando su papel social, y por tanto, abriendo las posibilidades al surgimiento de nuevas identidades femeninas (2004:465).

Incluso se observa en ellas una actitud innovadora, dispuesta a agregar valor a sus productos alimenticios, porque a pesar de que la rama restauran-

tera es altamente competitiva y con indicadores de cierre de empresas en un lapso de dos años, las cinco empresarias han sobrevivido a los embates de la economía a través de la diferenciación de sus productos y la visualización de oportunidades (Lizaur, 1996). Ciertamente, sus restaurantes venden alimentos preparados que se pueden encontrar en diferentes restaurantes, no obstante, Mariana es reconocida en el medio por el pan que elabora en los hornos de sus restaurantes, Alejandra es identificada como precursora de la cocina artesanal, mientras que Patricia ha sabido sacar provecho de las instalaciones de su restaurante y de la fusión de ingredientes no convencionales. En el caso de María, ella se ha consolidado entre sus consumidores por la sazón tradicional, mientras que Ana ha hecho de la comida saludable el eslogan de sus productos.

En este sentido, las principales manifestaciones del proceso de empoderamiento de las empresarias se pueden observar a través de: 1) El incremento en la seguridad y la autoconfianza en ellas mismas al ser propietarias de su propio negocio; 2) La autonomía económica que las faculta a tener control sobre los bienes materiales; 3) El sentimiento de incrementar su visibilidad ante su entorno, privado o público; 4) El incremento de poder para tomar decisiones, tanto al interior del hogar como en la administración de sus empresas; 5) La creación de redes de apoyo, ya sea familiares, sociales o incluso empresariales; 6) El aumento de las habilidades de negociación y compensación para disminuir los conflictos en sus entornos; y 7) La resistencia, a través de estrategias de subordinación voluntaria, para evitar problemas al interior de sus relaciones.

Conclusiones

Este trabajo de investigación ha tratado de aportar elementos que permitan determinar cuáles factores confluyen para el proceso de empoderamiento de las mujeres empresarias a partir de su participación como propietarias de negocios dentro de la rama restaurantera de la ZMG, para lo cual se reflexionó en torno a diferentes aspectos de la vida de las empresarias sujetas de estudio, se analizaron sus antecedentes familiares, su conformación familiar actual, los cambios que se presentaron en su vida a partir de la propiedad de su negocio, los obstáculos y conflictos que se han presentado a lo largo de su historia de vida, así como las estrategias de resistencia, subordinación, negociación y compensación que se dan a lo largo de dicho proceso. Para analizar el empoderamiento de las empresarias restauranteras se utilizaron tanto las propuestas teóricas del Modelo Tridimensional de Jo Rowlands (1997), como las propuestas metodológicas de relatos y cursos de vida.

Antes de contrastar la hipótesis e identificar una futura agenda de investigación, es necesario resaltar la heterogeneidad de los casos de estudio que se abordaron a lo largo de este proyecto. Los contrastes en la realidad económica, social y cultural de las mujeres sujetas de estudio es innegable, por un lado se identifican aquellas mujeres que no coinciden con el concepto oficial de empresaria: "... mujeres que trabajan en pequeños proyectos productivos, generalmente en empresas de micro, pequeña o mediana escala, desarrollado en su hogar, que trabajan por su cuenta con escasos recursos, conscientes de la necesidad de obtener ingresos a partir de esa actividad..." reflejan un nivel de éxito profesional, una actitud emprendedora, una autonomía económica, un alto nivel de autoestima y un constante cuestionamiento por las imposiciones masculinas; mientras que, por otro lado, se identificaron aquéllas mujeres que surgen como actoras emergentes de la economía, que ante

cambios en su contexto familiar se insertan laboralmente como propietarias de negocios de preparación y venta de alimentos, debido a la seguridad que les genera una actividad que históricamente reconocen como propia.

Este segundo grupo de mujeres, a pesar de su limitada formación académica y de las condiciones de violencia de género que atravesaron a lo largo de su historia, se reconocen a sí mismas como generadoras de cambios en sus vidas y seguras de que a partir de su independencia emocional son capaces de sacar adelante a sus familias y buscar una estabilidad económica que les permita generar mejores condiciones para sus descendientes.

Lo que une a estas cinco mujeres, además de la rama económica en la que se identifica su negocio, es la voluntad por ser personas independientes, capaces de sobrevivir a las adversidades que se presenten en su camino, asumir las consecuencias de sus decisiones, pero, sobre todo, se han dado cuenta que uno de los caminos es cuestionar la posición que históricamente se les ha atribuido.

A partir de los resultados que se obtuvieron, y tomando como referencia la hipótesis especifica que establece que *la participación de las mujeres como propietarias o socias de un restaurante es un factor que influye de forma significativa en el proceso de empoderamiento*, se puede concluir que, en los cinco casos de estudio, el sentimiento de autonomía que representa la propiedad de un negocio propio contribuye de manera directa en el incremento del autoestima de las mujeres, lo cual es un elemento indispensable dentro de este proceso.

A medida que las empresarias generaron sus propios ingresos, su seguridad económica les permitió reforzar su autoestima y la confianza en ellas mismas, al grado que se volvieron independientes en sus procesos de toma de decisiones sobre sus ingresos y sobre la administración de sus unidades económicas y domésticas. Sin embargo, estas actitudes se traducen en diversos conflictos para las empresarias, tanto al interior de sus familias como con sus subalternos y colegas empresarios.

Incluso, como también lo establece la hipótesis, no es un procesos *lineal ni continuo, tiene altos y bajos, en el que se desarrollan estrategias de compensación, resistencia, negociación y subordinación para enfrentar conflictos;* en este sentido, se puede concluir que a lo largo de las historias de vida de las mujeres que deciden ingresar al mercado empresarial, los conflictos se encuentran presentes y la diferencia para solucionarlos radica en que la toma decisiones está condicionada a las experiencias de vida individual, por lo que no se pueden establecer estrategias generales entre las mujeres que participan en el ámbito empresarial. No se debe olvidar que dentro de las relaciones de poder aparecen dos actores y las reacciones y respuestas para

ejercer el control está condicionada por las experiencias y preconcepciones individuales de cada uno de los participantes.

En un tercer elemento que contiene la hipótesis de trabajo se señala que, *las empresarias restauranteras, para empoderarse en la dimensión individual, ceden espacios de toma de decisiones en cuanto a la administración del hogar y sobre el cuidado y educación de los hijos para alcanzar una autonomía económica y proyectar el crecimiento de sus restaurantes.* Se pudo comprobar que es la dimensión en que con mayor facilidad se pueden observar los cambios que trae consigo el proceso de empoderamiento indistintamente de su posición económica, sin embargo, en virtud de que algunas de las empresarias no tenían relación de pareja al momento de la entrevista, este planteamiento hipotético no se pudo revisar en toda su extensión. Lo que se encontró fue que las decisiones vinculadas con el hogar siguen permaneciendo bajo responsabilidad de las mujeres, y en algunos casos, como los de Ana y María, la necesidad de sobrevivencia económica está por encima de la proyección de sus restaurantes. Es importante mencionar que en los casos de las dos mujeres que no tienen hijos, Patricia y Mariana, sí tienen claros los objetivos de proyección y crecimiento de sus negocios.

En el caso de las empresarias con relación de pareja al momento de las entrevistas, identificamos diversas situaciones, algunas mujeres que aún privilegian las familias sobre los negocios, como lo señalan algunas tipologías. También se encontró que para algunas empresarias, su proyecto empresarial representa su realización como mujeres, porque voluntaria o involuntariamente han rotos espacios que ellas mismas consideraban vetados por ser mujeres, como es el caso de Patricia.

Con respecto a las diferencias relacionadas con la maternidad en la vida de las empresarias, nos llevó a reflexionar en varias vertientes, por un lado, el caso de Mariana, que rompe con los esquemas tradicionales de la maternidad al decidir no procrear hijos y sentirse realizada con su decisión, por otro lado, su contraparte Patricia, quién lamenta profundamente la incapacidad fisiológica para ser madre, mientras que para Alejandra y María, la maternidad les significa una realización como mujeres, para Ana, la maternidad ha sido una decisión sin conciencia de las repercusiones que representaría en su vida.

Otro de los elementos que se incluyó como parte de la hipótesis, está relacionada con la dimensión colectiva del proceso de empoderamiento, *las empresarias restauranteras atraviesan momentos de discriminación de sus pares al considerarlas menos competitivas y no permitirles acceder a puestos estratégicos dentro de organismos públicos, políticos y privados.* Ellas sienten que para ser competitivas en el ámbito empresarial tienen que estar más preparadas que los hombres, no solo por la competencia profesional,

sino para que su seguridad y autoestima incrementen en estas condiciones se pueda contrarrestar la discriminación de género que se presenta con los hombres. No obstante, se identificó que estas situaciones de exclusión no son exclusivas de los hombres, sino que también se presenta entre algunas mujeres, ya sea de manera individual o como parte de las instituciones.

Desafortunadamente se pudieron comprobar algunos supuestos planteados en la hipótesis. Las mujeres empresarias restauranteras no son incluidas dentro de los puestos estratégicos del organismo especifico de la rama económica (CANIRAC). Las propietarias de medianas empresas, quienes están afiliadas al organismo, manifestaron lo cerrado e inaccesible que son estos espacios, incluso como es que o son fácilmente sustituidas o simplemente son ignoradas. También se identificó que hacen falta políticas de integración colectiva de mujeres que participan en la rama restaurantera debido a que no existe una estrategia generalizada sobre capacitación de género para las empresarias, por lo que ante esta ausencia, desde su ingreso al ámbito empresarial se inhibe su proceso de empoderamiento.

Un elemento que originalmente no se consideró como parte de la hipótesis es el relacionado con el liderazgo de las empresarias, sin embargo, a lo largo de las entrevistas a profundidad surgieron elementos sobre el tipo de liderazgo que ejercen estas mujeres en sus espacios de trabajo, por lo que se incluyó como parte del resultado de esta investigación. La visión tradicional de las mujeres las presenta con cierta inclinación a dirigir y delegar actividades con un toque maternal, sin embargo, dentro de los casos de estudio encontramos empresarias como Alejandra y Mariana que adoptan una autoridad más seria, en relación con las personas a su cargo, ocasionando en la mayoría de los casos que se le apliquen calificativos como "sargento", "parota" entre otros, mientras que los hombres que tienen estas características solamente se dice que "tienen carácter", "saben dirigir equipos", "no los hacen tontos".

Con respecto a otro planteamiento que se estableció como parte de la hipótesis, el cual está relacionado con la dimensión de las relaciones cercanas del proceso de empoderamiento, señala que *las propietarias de restaurantes se enfrentan a una mayor cantidad de obstáculos, como lo es la falta de apoyo por parte de su pareja; competencia y discriminación entre mujeres miembros de la familia y/o de su comunidad*. En este sentido, se observó como algunas de las estructuras familiares permanecen intactas, es decir, en las familias de conformación tradicional, el padre o la madre mantienen los roles productivos con referencia exclusiva a los varones del hogar, y las actividades reproductivas como responsabilidad de las mujeres en casa.

En las historias de las empresarias entrevistadas se pudo observar que en las familias de origen, estas funciones divididas por género se mantuvieron

intactas, con algunos intentos de modernización y modificación de percepción de tradiciones, pero al final, las cinco empresarias fueron educadas para ser amas de casa, algunas con acceso a educación superior, otras, limitadas por la situación económica familiar. Sin embargo, a partir de su incursión en el ámbito empresarial sus relaciones familiares han sufrido modificaciones y han roto con expectativas que los miembros de su familia tenían sobre ellas.

Una característica que durante la reconstrucción del proceso de empoderamiento en esta dimensión llamó especialmente la atención es la cantidad de conflictos presentes. Las dobles jornadas de trabajo de las empresarias continúan vigentes, estas mujeres mantienen como su responsabilidad el trabajo doméstico sin que los hombres cercanos asuman estas responsabilidades como propias. En el caso de María, sus jornadas de trabajo en su negocio implican más de ocho horas al día y después tienen que realizar sus quehaceres domésticos, o en el caso de Ana, que además de estas actividades también tienen que dedicar tiempo al cuidado y atención de sus hijas. Incluso, en los casos de Patricia y Mariana, cuyo nivel de ingresos les permite contratar trabajadoras domésticas para la limpieza del hogar, o como en el caso de Alejandra, quien sólo recibe apoyo de su pareja para el cuidado de los hijos, termina por mermar en diferente medida la disponibilidad del tiempo que las mujeres se pueden dedicar a ellas mismas.

Otro conflicto que se presentó como recurrente en esta dimensión de análisis tiene que ver con los estereotipos tradicionales de lo que deben ser y hacer las mujeres, ya que son sujetas a críticas y cuestionamientos por hombres y mujeres miembros de su familia, quienes cuestionan el que la maternidad no sea su prioridad, o que el tiempo que le dedican a sus negocios les reste disponibilidad para su hogar y su familia, de tal manera que es necesario promover una cultura de equidad del trabajo doméstico entre hombres y mujeres, pero sobre todo es imperativa la necesidad de diseñar políticas públicas que estimulen la participación de los hombres en las actividades reproductivas, como pueden ser los permisos de paternidad por el nacimiento de los hijos y el acceso a guarderías para sus hijos, sin que tengan que demostrar que son padres solteros. Estas acciones contribuirían al involucramiento de los hombres, por lo menos, en la responsabilidad de la educación y cuidado de los hijos.

Con respecto al tipo de estrategias que las mujeres llevan a cabo para solucionar conflictos, se identificó que la subordinación voluntaria y la compensación, además de disolver conflictos, son utilizadas por este grupo de mujeres para evitar situaciones que se pudieran traducir en un problema en cualquiera de las dimensiones que se estudiaron. Sin embargo, se observó que como parte de sus estrategias de negociación, en algunos momentos las

empresarias recurren a excusas en las que asumen posiciones tradicionales de género y se justifican por no cumplir con lo que se espera de ellas.

No obstante, en algunos otros momentos ellas modifican sus argumentos compartiendo las responsabilidades del hogar con los hombres de la casa, y es en esa medida en la que ellas mismas rompen las argumentaciones tradicionales y posibilitan la reconceptualización de sus propias representaciones de género. Las prácticas de muchas mujeres que resisten, cuestionan e intentan resignificar los vínculos entre los géneros indican las posibilidades de transformación de los modelos hegemónicos de relaciones entre sí; en la medida en que ellas elaboran discursos que articulan la responsabilidad interpersonal permiten pensar en el cuidado y las emociones como tarea y posibilidad tanto de las mujeres como de los varones.

Un aspecto más que llamó la atención en esta dimensión de análisis es como a pesar de que las empresarias se manifiestan a favor de una sororidad de género, a lo largo de algunos de sus discursos se puede observar como ellas mismas cuestionan a otras mujeres que de alguna manera rompen con sus propios estereotipos, si bien es cierto, en la mayoría de las empresarias se pueden identificar actitudes y decisiones que rompen con lo que se esperaría del comportamiento de una mujer tradicional, ellas mantienen nuevos prejuicios ante las otras mujeres que no encajan en su propio concepto, como lo manifiesta en reiteradas ocasiones Mariana, quien cuestiona a aquellas mujeres que prefieren quedarse en sus hogares al cuidado de los hijos en lugar de buscar un objetivo profesional.

En la última premisa de la hipótesis se estableció que *el empoderamiento en la dimensión de relaciones cercanas no es una consecuencia del empoderamiento en las dimensiones personal o colectiva*. Coincidentemente con otras investigaciones que utilizan el modelo multidimensional (Rowlands,1997), en estos casos de estudio, el empoderamiento se vuelve mayormente visible en la dimensión individual y en las relaciones colectivas, no así en las relaciones cercanas, donde el conflicto es el que mayor presencia presenta, por lo que es posible asegurar que a pesar de la transversalidad de las relaciones de poder de las mujeres, el espacio donde se encuentra presente con mayor fuerza la resistencia masculina es en el hogar.

Esta investigación ha proporcionado evidencia sobre la complejidad del proceso de empoderamiento, así como de los factores que intervienen en el mismo. Entre los principales factores que afectan el empoderamiento, se presentan los conflictos, ante los cuales las mujeres reaccionan a través de la resistencia, la negociación, la compensación, y la subordinación voluntaria.

El empoderamiento de las mujeres tiene implícita una redistribución de poder y una deconstrucción de las estructuras que legitiman la desigualdad

entre hombres y mujeres, por lo tanto, cuando las mujeres cuestionan las estructuras de poder vigentes, el conflicto se hace presente. El conflicto se presenta como un elemento que altera la configuración de las relaciones de poder, por lo tanto es importante que se analice como parte de estas relaciones, con el fin de identificar bajo qué condiciones o circunstancias es que se hace presente y evitar así que las mujeres paguen altos costos emocionales y materiales.

Es importante recordar que los conflictos no siempre tienen consecuencias que afectan de manera negativa a las mujeres, ante esta situación, la categoría de género es una herramienta fundamental para el análisis del conflicto, tanto hombres como mujeres, dentro y fuera de las unidades familiares, deben estar conscientes, de que en la medida en que se rompan con los estereotipos femeninos y masculinos, la división sexual del trabajo vendrá acompañado de cambios sociales y culturales en pro de una equidad entre los géneros.

Un aspecto que podría contribuir como parte del proceso de empoderamiento de las mujeres en general, y que además permitiría solventar de mejor manera los conflictos, sería la capacitación de género, tanto para funcionarios públicos como para todos aquellos socios de las cámaras de representación empresarial del sector servicios, debido a que a pesar de la creciente participación de las mujeres en este sector económico, los prejuicios y discriminación a las mujeres siguen institucionalizados. Incluso, debería implementarse como política pública en el sentido de que todas las mujeres tuvieran conocimiento sobre sus derechos como individuos y sobre la realidad de las condiciones en las que se encuentran insertas. Este aspecto recobra mucha importancia al momento de contrastar las vidas de las mujeres cuyo acceso a la educación formal fue limitado, temas como la violencia de género pasa prácticamente desapercibida por aquéllas empresarias con estudios formales básicos.

Las estrategias que emprenden las mujeres para disminuir las consecuencias dentro de conflicto se incluyeron como parte del análisis del proceso de empoderamiento. Del mismo modo que el conflicto se hace presente en todas las dimensiones de análisis, las acciones que emprenden las mujeres dentro de las relaciones de poder para verse menos afectadas o tomar el control en algunos momentos tienen un impacto directo sobre su percepción del poder.

Se podría creer que la subordinación mantiene sin cambio las estructuras de poder, sin embargo, en el momento que la subordinación es controlada por las propias mujeres, esta subordinación deja de ser el resultado de un poder sobre, y se transforma en un poder desde dentro, que modifica las

relaciones de poder, no siempre a favor de las mujeres, pero esta estrategia es capaz de contener, prevenir o disolver situaciones que pudieran atentar contra la integridad física y emocional de las mujeres.

Del mismo modo, las estrategias de compensación y las negociaciones, también forman parte del conflicto, por lo tanto es necesario estudiarlas para conocer las afectaciones que traen para la vida de los y las involucradas y tener conciencia de las consecuencias que traen en sus vidas. Las negociaciones y compensaciones permiten establecer soluciones que no terminen en una ruptura en las relaciones de poder, sino, por el contrario, puedan beneficiar a ambas partes, tal vez no de manera equitativa, pero en la medida en que las mujeres vayan adquiriendo mayor capacidad de negociación como resultado de su empoderamiento, los resultados que se obtengan presentarán menos desigualdades en los beneficios que se alcancen.

Finalmente, es necesario identificar algunos de los aspectos que quedaron pendientes en el trabajo de investigación y que pueden marcar una agenda para futuras investigaciones, si bien es cierto, creemos que las mujeres que irrumpen en el ámbito empresarial rompen con estereotipos relacionados con la representación del poder y la imagen del hombre blanco, rodeado de lujos y con alto poder adquisitivo, las actividades a la que se dedican las empresas de su propiedad siguen ubicándose en actividades tradicionalmente femeninas, tal y como es la educación, la salud, comercios minoristas y en la rama de preparación y venta de alimentos, sin embargo, en las bases de datos de esta investigación reportan que en fechas recientes se ha identificado un pequeño crecimiento en mujeres que incursionan en el mercado de la tecnología y la construcción, por lo que resultaría relevante en futuras investigaciones identificar y reconstruir como es que además de romper con los estereotipos que existen entre hombres y mujeres como parte del empresariado, también cuestionan la masculinidad de esos mercados laborales.

Referencias bibliograficas

Acosta, F. (2003). La familia en los estudios de población en América Latina: Estado del conocimiento y necesidades de investigación. *Papeles de población,* 037, 9-51.

Agarwal, B. (1999). Negociación y relaciones de género: dentro y fuera de la unidad doméstica. *Historia Agraria*. 3-58.

Agoff, C., Rajsbaum, A., & Herrera, C. (2006). Perspectivas de las mujeres maltratadas sobre la violencia de pareja en México. *Salud Pública de México*, 48, 307-314.

Ajamil, M. (1999) "Enfoques y estrategias sobre género y desarrollo" en Paloma De Villota (Ed.), *Globalización y género*, Madrid, Editorial Síntesis, pp. 383-402.

Akbar, M. (2009). Reconstructing the Empowerment Process: Perspectives of Bangladeshi Immigrant Married Women in Toronto, Canada, in Relation to Their Labour Market Integration Process (Doctoral dissertation, Carleton University Ottawa). Recuperado el 26 de abril de 2015. Disponible en: https://curve.carleton.ca/system/files/theses/30407.pdf

Alba, C. y Kruijt, D. (1988) *Los empresarios y la industria en Guadalajara*, México: El Colegio de Jalisco.

Alberti M. P. (1999). La identidad de género y etnia. Un modelo de análisis. *Nueva Antropología*. XVI (55). 105-130.

Alberti, M.P., (2002). El poder sobre: dominación, opresión y resistencia. En Zapata, M.K., Townsend, G.J., Rowlands, J. y Mercado M. (compiladoras). Plaza y Valdez Editores. México, D.F.

Alsos, G.A. & Ljunggren, E. (1998). Does the Business Start-Up Process Differ By Gender? *A Longitudinal Study of Nascent Entrepreneurs*. Bab-

son Frontiers of Entrepreneurs Research Conference. Recuperado el: 04 de octubre de 2010. Disponible en: http://www.babson.edu/entrep/fer/

Álvarez, S. A. & Meyer, G. D. (1998). Why do women become entrepreneurs? Frontiers of Entrepreneurship research. Babson Frontiers of Entrepreneurs Research Conference. Recuperado el: 03 de octubre de 2010. Disponible en: http://www.babson.edu/entrep/fer/papers98/V/V_C/V_C.html

Anker, M. y Batta, V. K. (2000). Manejo básico de restaurantes. CECSA. México.

Antón, G. B. del P. & Peña, C. M. A. (2010). Discriminación por género en el ámbito empresarial. *Colección de Estudios 2009*. Consejo Nacional Para Prevenir la Discriminación. México, D.F.

Apuestan en Guadalajara a restaurantes como negocio de éxito. (2013, 11 de agosto). Periódico *El Informador*. Recuperado el 13 de agosto de 2013. Disponible en: http://www.informador.com.mx/economia/2013/477904/6/apuestan-en-guadalajara-a-restaurantes-como-negocio-de-exito.htm

Arias, P. (1985). *Guadalajara, la gran ciudad de la pequeña industria*, Zamora, El Colegio de Michoacán.

Arias, P. (2001). Mujeres en los negocios, y mujeres de negocios. *En Empresarias y Ejecutivas con Poder*. Barrera B.D. (compiladora). El Colegio de México. México, D.F.

Arriagada, I. (2002). Cambios y desigualdad en las familias latinoamericanas. *Revista de la CEPAL*.

Asociación Española de Mujeres en Madrid (ASEME). (2010). Recuperado el: 06 de septiembre de 2010. Disponible en: http://www.aseme.es/.

Asociación Mexicana de Mujeres Empresarias (AMMJE). (2010). Recuperado el: 12 de septiembre de 2010. Disponible en http://www.ammjenacional.org/

Avelar, S. & Zabludovsky, G. (1996). "Women's Leadership and Glass Ceiling Barriers in Brazil and Mexico," in Ana Maria Brasileiro (Editor), Women's Leadership in a Changing World: Reflecting on Experience in Latin American and the Caribbean. New York: United Nations Development Fund for Women, pp. 31-43.

Avolio Alecchi, B. (2012). *Un estudio exploratorio del perfil de las mujeres empresarias en el Perú*.

Azmi, F. (2008). Forced to make a living: the vulnerability of women traders in the thambuttegama periodic market, or Pola, in Sri Lanka. 213-238.

Bachs., E. Y eds. (2003). Enciclopedia práctica, profesional de turismo, hoteles y restaurantes. Grupo Océano. Barcelona.

Barajas., T.M. (2010). *La polarización del trabajo en el sector de los servicios*. Universidad Autónoma de Baja California. México.

Barba, C. y Hernández, E. (1996). Crisis y reestructuración de la industria jalisciense: 1982-1993. *Espiral*. Estudios sobre Estado y Sociedad, vol. III., núm. 7, septiembre-diciembre, pp159-180.

Barberá, E., Sarrió, M., Ramos, A. & Candela, C. (2002). El techo de cristal en la promoción profesional de las mujeres Glass ceiling in the professional promotion of women. *Revista de Psicología Social*, 17(2), 167-182.

Barrera, B. D. (2001). *Empresarias y Ejecutivas: Mujeres con poder*. Dalia Barrera Bassols, com. Colegio de México. México.

Barriteau E. (1998). "Liberal Ideology and Contradictions in Caribbean Gender Systems" in Christine Barrow(ed.) *Caribbean Portraits: Essays on Gender Ideologies and Identities,* Ian Randle/Centre for Gender and Development Studies, Kingston.

Barros, C. (2008). *Los libros de la cocina mexicana*. México, D. F. CONACULTA.

Basave, J. & Hernandez, M. (2007) *Los estudios de empresarios y empresas*. Una perspectiva internacional, México, Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Económicas, Universidad Autónoma Metropolitana, División Ciencias Sociales y Humanidades-Iztapalapa, Plaza y Valdés Editores.

Batliwala, S. (1993). *Defining Women's Empowerment: A Conceptual Framework*. Recuperado el 20 de octubre de 2011. Disponible en: www.genderatwork.org/updir/Batliwala-empowermentframework.html.

Batliwala, S. (1997) El significado del empoderamiento de las mujeres: nuevos conceptos desde la acción. En León, M. (compiladora). *Poder y Empoderamiento de las Mujeres*. Bogotá, Colombia. TM Editores.187-211.

Baygan, G. (2000).Improving Knowledge about Women's Entrepreneurship, Organization for Economic Cooperation and Development, www.oecd.org

Beauvoir, S. (1989). *El segundo sexo*. Ediciones Siglo Veinte. México.

Berger, B. (1992). La moderna cultura empresarial, en Brigitte Berger (comp.), *La cultura empresaria*. España: Gernika,29-57.

Bertaux, D. (1999). El enfoque biográfico: su validez metodológica. Sus potencialidades. *Cuadernos de Ciencias Sociales*: Historia Oral e Historia de Vida, 18. FLACSO. 55-80.

Blanco, M. & Pacheco, E. (2003). Trabajo y familia desde el enfoque del curso de vida: Dos subcohortes de mujeres mexicanas. Papeles de población, 038, 159-193.

Bonan C., Gúzman, V. (2007). *Aportes de la teoría de género a la comprensión de las dinámicas sociales y los temas específicos de asociatividad y participación, identidad y poder*. Santiago de Chile: Centro de Estudios de la Mujer.

Bonilla, V.G. (2007). La lucha de las mujeres en América Latina: Feminismo, Ciudadanía y Derechos. *Palabra que obra*. (8).42-59

Bourdieu, P. (1996). La dominación masculina (traducción de Pastora Rodríguez). *La Ventana*. Revista de estudios de género de la Universidad de Guadalajara, 3, 6-95.

Bordieu, P. (1998). La dominación masculina. Editorial Anagrama. Barcelona, España.

Booth, C., Darke, J., y Yeandle S. (1998) La vida de las mujeres en las ciudades: la

Borràs, V., López, P., y Lozares, C. (1999). La articulación entre lo cuantitativo y lo cualitativo: de las grandes encuestas a la recogida de datos intensiva. Recuperado el 12 de marzo de 2012. Disponible en: http://vm075031.usc.es/matematicas/public/pdf/QUESTIIO_1999_23_03_06.pdf

Bravo, R. & Zapata, D. (2005). Las metas del milenio y la Igualdad de Género. El caso de Bolivia. CEPAL, *Serie Mujer y desarrollo*, 71. Recuperado el: 10 de octubre de 2010. Disponible en http://www.eclac.org/publicaciones/xml/2/22512/lcl2367e.pdf

Briones, G. (2002). *Metodología de la investigación cuantitativa en las Ciencias Sociales*. Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior. Bogotá, Colombia.

Burns, P. (2005). *Corporate Entrepreneurship: Building an Entrepreneurial Organization*. Palgrave Macmillan. Nueva York, USA.

Buscarons, C., & Cobo del Arco, T. (2009). Discursos de Género, Legislación y Ciudadanía: Uruguay (1903-1932). *Anuario de hojas de Warmi*, (14), 1-20.

Butler, J. (2001). *El Género en Disputa*. PAIDOS. Barcelona, España. 7-33.

Buttner, H. Y Moore, D. (1997): "Women´s Organizational Exodus to Entrepreneurship: Self-Reported Motivations and Correlates with Success", *Journal of Small Business Management*, 34-46.

Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados CANIRAC. (2011) *Base de Datos Socios CANIRAC*.

Cano, L. (2011). *Investigación de mercados*. Restaurantes. Universidad del Valle de México. Recuperado el 18 de diciembre del 2012 ,de http://www.tlalpan.uvmnet.edu/oiid/download/Restaurantes_04_NG_MKT_PICEA_ E.pdf

Cano I., T. A. & Arroyave Á., O. A. (2014). Procesos de empoderamiento de mujeres: subjetivación y transformaciones en las relaciones de poder. Revista Virtual Universidad Católica del Norte, 42, 94-110. Recuperado de http://revistavirtual.ucn.edu.co/index.php/RevistaUCN/article/view/497/1033

Cantillon, R. (1775). *Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general*. Reimprensión 1996. México, D.F. Fondo de Cultura Económica.

Capt, J. (1999). *Cuestiones de Género en el Desarrollo de las Microempresas*, Organización Internacional del Trabajo (OIT). Oficina de la Consejera Especial para los Asuntos de las Trabajadoras. Recuperado el: 05 de octubre de 2010. Disponible en http://www.ilo.org/public/spanish/employment/ent/papers/genero.htm

Carneiro, S. (2008). Ennegrecer el feminismo. Número especial sobre Feminismos disidentes en América Latina y el Caribe. *Nouvelles Questions Féministes,* 24(7), 21-26.

Carosio, A. (2009). El feminismo Latinoamericano y su proyecto ético-político en el siglo XXI. *Revista Venezolana de Estudios de la Mujer*. 14 (33). 13-24. Recuperado el 22 Noviembre 2010. Disponible en: <http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-37012009000200001&lng=es&nrm=iso>. ISSN 1316-3701

Carosio, A. (2011). "*Muchas y rebeldes: memoria de las mujeres en el proceso independentista*". Trabajo especial preparado para la Revista Nuestro Sur del Centro Nacional de Historia (CNH), Caracas, Venezuela

Carosio, A. (2013). Feminismos Latinoamericanos de la 2º Ola (Segunda mitad del siglo XX): lo personal es político, movimiento de liberación de la mujer, feminismo socialista y radical, de la teología de la liberación (II). *Seminario de pensamiento feminista Latinoamericano*, CLACSO.

Carrasco, C. (2003). *La sostenibilidad de la vida humana: ¿un asunto de mujeres?* En León, M. (comp.). Mujeres y trabajo: cambios impostergables. Veraz Comunicação, Porto Alegre, Brasil. Consultado el 02 de diciembre de 2013. Disponible en: http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/clacso/gt/20101012020005/leon.pdf URL

Carter, S., & Cannon, T. (1992). *Women as entrepreneurs*. London: Academic Press.

Cázares, M.A. (1993). La función comercial de la zona metropolitana de Guadalajara y su estructura interna. Economía Regional. *Carta económica regional* (5) 29.

Celiberti, L. (2010). Feminismos polifónicos, interculturales y dialógicos "El buen vivir" desde las mirada de las mujeres. Trabajo presentado en el Congreso Internacional: "Las políticas de equidad y género en prospecti-

va: nuevos escenarios, actores y articulaciones" Área Género, Sociedad y Políticas. FLACSO. Noviembre, Buenos Aires, Argentina.
Cerda, C. A. (2008). Diagnóstico sobre la situación de las empresarias. Dirección General de Promoción y Enlace/Dirección de Desarrollo Sustentable, INMujeres. Recuperado el 12 de septiembre de 2010. Disponible en: http://empresarias.inmujeres.gob.mx/docs/diagnostico.pdf
Chablé, C.E., Gurri, Garcia F.D., Molina, R.D. & BIRGIT S. (2007). Fuentes de ingreso y empoderamiento de las mujeres campesinas en el municipio de Calakmul, Campeche. *Política y Cultural*. 26. 71-95. Recuperado el 01 de diciembre de 2010. Disponible en: http://redalyc.uaemex.mx/pdf/267/26702804.pdf
Cheston, S. & Kuhn, L. (2002). Empoderamiento de la mujer a través de las microfinanzas. Ponencia presentada en la Reunión de los Consejos de la Cumbre, New York. Recuperado el 28 de noviembre de 2010. Disponible en: http://www.microfinanzas.org/uploads/media/EmpoderamientoMujeryMF.pdf
Centro de Investigación e Información para la Paz – Universidad para la Paz de las Naciones Unidas (2000). "*El estado de la paz y la evolución de las violencias*". Ed. Trilce.
Cigarini. L. (2000). Conflicto entre los sexos en el trabajo. *Revista de Estudis Feministes*. Universitat de Barcelona. Centre de Recerca de Dones: Barcelona, España
Cole, A. H. (1949). Entrepreneurship an entreprenurial history. *Change and Entrepreneur*. Harvard Univerity Press Cambridge; 88-107.
Comblence, L. L. (1999). Administración de bar, cafetería y restaurante. CECSA. México.
Comesaña, S.G. (2004). La ineludible metodología de género. *Revista Venezolana de Ciencias Sociales*, 8(1). Recuperado el 20 de diciembre de 2010. Disponible en: http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/html/309/30980103/30980103.html
Consejo Nacional de Población CONAPO. (2010). Informe de Ejecución del Programa de Acción de la Conferencia Internacional sobre la Población y el Desarrollo 1994-2009.
Corcuff, P. (2009). Los procesos de individualización en las ciencias sociales. Debate en el Seminario Permanente de Cultura y Representaciones Sociales. Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM Celebrado el 30 de octubre de 2009. Recuperado el 04 de febrero de 2012. Disponible en: http://www.culturayrs.org.mx/revista/num8/CorcuffGim_10.pdf
Coria, C. (1998), Las negociaciones nuestras de cada día, Buenos Aires, Paidós.

Cornejo, M., Mendoza, I.,y Rojas, R. (2008). La investigación con relatos de vida: pistas y opciones del diseño metodológico. *Psykhe*, 17 (1), 29-39.
Curiel, O. (2009). Ponencia presentada en el Primer Coloquio Latinoamericano sobre Praxis y Pensamiento Feminista realizado en Buenos Aires en junio de 2009, organizado por el grupo Latinoamericano de Estudios, Formación y Acción Feminista (GLEFAS) y el Instituto de Género de la Universidad de Buenos Aires
Davidson, M.J. y Cooper, C.L. (1992). Shattering the Glass Ceiling: The Woman Manager. Paul Chapman Publishing. New York, USA.
De Certau, M. (2000) *La invención de lo cotidiano*. Artes de Hacer. México, Universidad Iberoamericana. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente. p. 42
De La Rocha, M. (1986). *Los Recursos de la pobreza*. Familias de bajos ingresos de Guadalajara. Guadalajara, México. El Colegio de Jalisco/CIESAS.
De León Alvarez, M. A. G. (2008). Lo práctico y lo formal: Arquetipos masculino/femenino de poder. *Arxius de sociologia*, (19), 53-62.
Deere, C., Y León M. (2002) Género, propiedad y empoderamiento: tierra, Estado y mercado en América Latina. México: Flacso-UAM.
Denman, C., Aranda, P. & Cornejo E. (1999). Reseña del libro Poder y Empoderamiento de las mujeres de Magdalena León (compiladora). *Revista Región y Sociedad* del Colegio de Sonora, 11(18), 189-197.
Denzin, N. K. & Lincoln Y.S. (1994). Introduction: Entering the field of qualitative research, en N. K. Denzin y Y. S. Lincoln (eds.). Handbook of qualitative research. Thousand Oaks, Ca: Sage, 1-17.
Dijkstra, A. G. y Hammer, L. C. (2000), "Measuring socio-economic gender inequality, towards an alternative to the UNDP Gender-Related Development Index", Feminist Economics 6(2): 41-75.
Dijkstra, G. (2002): *A larger pie through a fare share? Gender equality and economic performance*. Working paper 315, Institute of Social Studies, The Netherlands.
Dijkstra, G. (2006): Towards a fresh start in measuring gender equality: a contribution to the debate. *Journal of Human Development*, 7, 275-283.
Di marco, G. (2005). Las mesas desparejas. Revista Criterio. Buenos Aires Argentina. Recuperado 15 de mayo de 2015. Disponible en: http://www.revistacriterio.com.ar/sociedad/las-mesas-desparejas/
Durón, C. (2009). *El éxito restaurantero*. México: Trillas
Egerton, C.T. (2005). How to open & run a succesful restaurant (3ra. ed.). Prentice Hall. Estados Unidos.

Elder, G.H. (1978). Family History and the Life Course. In Hareven T.K. Transitions: The Life Course and Family Cycle in Historical Perspective. New York: Academic Press.

Elder.G.H. (1998). The Life Course as Developmental Theory. *Child Development,* Vol. 69, No. 1 (Feb., 1998), 1-12. Recuperado el 11 de mayo de 2012. Disponible en: http://www.jstor.org/discover/10.2307/1132065?uid=8151768&uid=3738664&uid=2&uid=3&uid=67&uid=37347&uid=62&sid=56279619863

Elder. G. (2001). Life course: sociological aspects. En Smclser y Baltes (editores), *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*, vol. 13, Elsevier, Oxford.

Encuesta Nacional de Empleo Urbano (ENUE). INEGI. Recuperado el 12 de marzo de 2013. Disponible en: http://www.inegi.org.mx/Sistemas/temasV2/Default.aspx?s=est&c=25433&t=1

Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE). (2010). INEGI. Recuperado el 10 de diciembre de 2010. Disponible en: http://www.inegi.org.mx/Sistemas/temasV2/Default.aspx?s=est&c=25433&t=1

Engels, F. (1996). *El origen de la familia, de la propiedad privada y el Estado*. Madrid, España. Fundamentos editores.

Espino, A. (2005). *Un marco de análisis para el fomento de las políticas de desarrollo productivo con enfoque de género*. CEPAL, Serie Mujer y desarrollo, 77. Recuperado el: 14 de septiembre de 2010. Disponible en: http://www.eclac.org/publicaciones/xml/6/23666/lcl2437e.pdf

Facio, A., & Fries, L. (1999). Feminismo, género y patriarcado. Género y Derecho. Santiago: LOM/*La Morada*, 31-32.

Fajardo, J. E. (2011). *Gender Equality in the Policy Cycle of Development Cooperation*. Recuperado el 25 de marzo de 2014. Disponible en: http://congresoreedes.unican.es/actas/PDFs/138.pdf

Fernández De S.M.J. (2006). Diseño de estudio y diseños muestrales en investigación cualitativa. En: Vázquez M.L., Da Silva M.R.F., MOGOLLÓN A.S., ET AL, editores. *Introducción a las técnicas cualitativas de investigación aplicadas en salud*. Barcelona. Universitat Autònoma de Barcelona, Servei de Publicacions, 31-52.

Fernández, P. & Pértegas D.S. (2002) *Investigación cuantitativa y cualitativa*. Atención Primaria. (9).76-78. Recuperado el: 13 de mayo de 2011. Disponible en: http://scielo.isciii.es/scieloOrg/php/reflinks.php?refpid=S1132-12962004000300005000008&pid=S1132-12962004000300005&lng=es

Fernández, P. A. (1998) *Estudios sobre las mujeres, el género y el feminismo*. Nueva Antropología UNAM. XVI (54). 79-95.

Ferrarotti, F. (1988). Biografía y ciencias sociales. Cuadernos de Ciencias Sociales: *Historia Oral e Historia de Vida*, 18. FLACSO. 81-96.
Ferraroti, F. (2007). Las historias de vida como método. *Convergencia*, 14(44), 15-40.
Flax, J. (1983). Political philosophy and the patriarchal unconscious: A psychoanalytic perspective on epistemology and metaphysics. *In Discovering reality* (pp. 245-281). Springer Netherlands.
Fleck, S. Y C. Sorrentino (1994), "Employment and Unemployment in Mexico's Labor Force," *Monthly Labor Review,* 117(November): 3-31.
Flick, W. (2007). *Introducción a la investigación cualitativa*. Madrid, España. Ediciones Morata.
Foster, D. L. (2001). *Alimentos y bebidas: Operaciones, métodos y control de costos*. McGraw Hill. México.
Foucault, M. (1979). *Microfísica del poder*. Ediciones La Piqueta. España.
Foucault, M. (1981). *Un dialogo sobre el poder y otras conversaciones*. Madrid, España. Alianza Editores.
Foucault, M. (1985). *Como se ejerce el Poder*. En Siempre. 1656. Marzo. Recuperado el 26 de octubre de 2011. Disponible en: http://www.unizar.es/deproyecto/programas/docusocjur/FoucaultPoder.pdf
Foucautl, M. (1998). *La voluntad de saber*. México. Siglo XXI Editores.
Fraser, N; Nicholson, L. (1990) Social Criticism without Philosophy: an Encounter between Feminism and Postmodernism " I en: L. Nicholson (ed) Feminism/Postmodernism, London: *Rutledge*.19-38.
Freman, S. & Varey, R. J. (1997). The Effects of Entrepreneur Characteristics and Gender Based Managment and Communication Styles from an Internal Marketing Perspective, within both Small and Large Business Environmente. *Marketing Education Review*. 7(3). 75-85
Frías, S. (2013). Definiciones, género y acoso sexual en el ámbito laboral: el caso de un tribunal federal mexicano. En Visible en todas partes. *Estudios sobre violencia contra mujeres en múltiples ámbitos*. En Agoff, C., Casique I., & Castro, R. (Coordinadores). RIM/Miguel Ángel Porrúa. México D.F.75-101.
Galaz, M. M. F., Loving, R. D., Aragón, S. R., & Cervera, A. L. C. (2005). Poder y negociación del conflicto en diferentes tipos de matrimonio. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 10(2), 337-353.
García, B. (2001). Reestructuración económica y feminización del mercado de trabajo en México. *Papeles de población*, 7(27), 45-61.
García B. (2003) Empoderamiento y Autonomía de las mujeres en la investigación sociodemográfica actual. Estudios Demográficos y Urbanos en

México. *Centro de Estudios Demográficos y Desarrollo Urbano,* Vol. 18, No 2, (53). 221-253.
García, B. (2005). Un informe realizado por la comunidad del Global Entrepreneurship Monitor revela que escasea el capital disponible aunque es barato emprender en el país. *La Nación*. Recuperado el: 08 de octubre de 2010. Disponible en: http://www.forocrearcit.secyt.gov.ar/diarios/nacion6.htm
García, .B. (2009). Los mercados de trabajo urbanos de México a principios del siglo XXI. *Revista Mexicana de Sociologia*. 71(01).5-46. Recuperado el 05 de septiembre de 2011. Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-25032009000100001&script=sci_arttext
Garcia, S. C. & Rendón, G. T. (2004). El empleo femenino en México y España: Un análisis comparativo de sus características actuales. *Revista de economía mundial,* (10), 23-57.
Gargallo, F. (2007). Feminismo Latinoamericano. *Revista Venezolana de Estudios de la Mujer*. Caracas, enero- junio, 12(28), 17-34.
Gatewood, E.J., Gartner, W.B., & Shaver, K.G. (1995). A Longitudinal Study of Cognitive Factors Influencing Start-Up Behaviours and Success at Venture Creation. *Journal of Business Venturing*, 10(5). 11-31.
Gaviria C. J.R. (2006) De empresas y empresarios: Reflexión en torno al sentido y significado de estos conceptos desde la etimología y desde la teoría económica. *Semestre Económico*, 9(17); enero-junio; 127-137.
Glaser, B.G. & Strauss, A. (1967). The discovery of grounded theory. Strategies for qualitative research. New York: Aldine de Gruyter, 125.
Goffee, R., & Scase, R. (1985). Women in charge: The experiences of female entrepreneurs. London: George Allen & Unwin.
González S. L. (2004). La responsabilidad social de la empresa. *Revista del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales*; (50), 13-20.
González, G. M. J. (1995). La empresa en la historia del pensamiento económico en De empresas y empresarios en la España contemporánea. LLordén, M.M. (comp.). Universidad de Oviedo, España, 13-28.
Gonzalez, M.M., Rodriguez, L.P. (2008). Límites y Desigualdades en el Empoderamiento de las Mujeres en el PRI, PAN Y PRD. México, D.F. Miguel Ángel Porrúa Editores.
GRAMSCI, A. (1971). Selection from the Prision Notebooks, Laurence and Wishart, London.
Guba, E. & Lincoln, Y. (2002).Paradigmas en competencia en la investigación cualitativa. En Denman, C. y Haro, J.A. (comps.), Por los rincones. Antología de métodos cualitativos en la Investigación social. El Colegio de Sonora. Hermosillo, Sonora, 113-145.

Guerrero R., L., Gómez G., E. L., & Armenteros A., M. D. C. (2014). Mujeres Emprendedoras: Similitudes Y Diferencias Entre Las Ciudades De Torreón Y Saltillo, Coahuila (Women Entrepreneurs: Similarities and Differences between Cities of Torreon and Saltillo, Coahuila). Revista Internacional Administración & Finanzas, 7(5), 77-90.

Gutiérrez C. V., Medina C. J. F., Viesca G. F. C., & Favila C. H. (2014). La competitividad de la micro y pequeña empresa de alimentos y bebidas: El caso del municipio turístico de Metepec en el Estado de México. *Estudios y perspectivas en turismo*, 23(3), 585-606.

Guzmán, C. J. & Rodríguez, G. M. J. (2008). Comportamiento de las Mujeres empresarias: Una Visión Global. *Revista de Economía Mundial*, 18. 381-392.

Harding, S. (1986), The Science Question in Feminism, New York: Cornell University Press.

Heilman, M. E. & Chen, J. J. (2003). Entrepreneurship as a Solution: The Allure of Self-Employment for Women and Minorities. *Human Resources Management Review*, 13(2).

Heller, L. (2010). Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos. CEPAL, *Serie Mujer y desarrollo*, 93. Recuperado el: 14 de septiembre de 2010. Disponible en: http://www.eclac.org/cgi-bin/getProd.asp?xml=/publicaciones/xml/4/38314/P38314.xml&xsl=/mujer/tpl/p9f.xsl&base=/tpl/top-bottom.xslt

Hernández, A. E (1988). El empresario en el pensamiento societario contemporáneo. *Anales de Estudios Económicos y Empresariales*; 3; 19-61.

Hernández, A. E. (2006). Estrategias de reestructuración productiva de los empresarios tapatíos de la industria del calzado. Universidad de Guadalajara, México. D.F.

Hernández, A. E. (2010). Nuevas tendencias en el mundo empresarial: la participación de las mujeres. *La ventana*. Revista de estudios de género, 4(32), 52-79.

Hernández, A. E. y Hernández, T. (2013). Empresarias de Jalisco, procesos de empoderamiento y conflicto en Hernandez, A.E., Chapa, G. B & Moreno, G. (coordinadores). *Trabajo, Desigualdad y Protesta Social en Jalisco*. Universidad de Guadalajara, México. 113-144.

Hidalgo, C. N. (2002) Género, Empoderamiento y Microfinanzas. Un estudio de caso en el Norte de México, Instituto Nacional de las Mujeres, México.

Hirway I. y Mahadevia D. (1996) Critique of Gender Development Index: Towards an Alternative. *Economic and Political Weekly*. 31 (43).87-96. Consultado el 10 de junio de 2012. Disponible en: http://www.jstor.org/stable/4404713

Hoyos, C.G. (1995). Sector terciario en México.Perspectivas a Corto Plazo. Papeles de Población. 08(3).13-22.Recuperado el 05 de septiembre de 2011. Disponible en: http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/112/11200802.pdf

Ibáñez P. M. (2010). Al otro lado de la segregación ocupacional por sexo. Hombres en ocupaciones femeninas y mujeres en ocupaciones masculinas. *Revista Internacional de Sociología*, 68(1): 145-164.

Idrovo, A.J., Cacique, I. (2006). El empoderamiento de las mujeres y la esperanza de vida al nacer en México. Revista Panamericana de Salud Pública. 20(1).29–38. Recuperado el: 01 de diciembre de 2010. Disponible en: http://www.scielosp.org/pdf/rpsp/v20n1/31718.pdf

Íñiguez, R.L. (1999). Investigación y evaluación cualitativa: bases teóricas y conceptuales. Atención Primaria. 23(8).Consultado el: 15 de Diciembre de 2010. Disponible en:http://www.ia.ufrrj.br/ppgea/conteudo/conteudo-2007/T1-1SF/Canrobert/Investiga%E7%E3o_e_evolu%E7%E3o.pdf

Inman, K. (2000). Women´s resources in business start-up, a study of black and white women entrepreneurs. New York: Garland Publishing.

Institute for Supply Management (ISM). (2011). Slower growth of global services activity and new business in August. Recuperado el 6 de septiembre de 2011. Disponible en: http://www.ism.ws/files/ISMReport/JPMorgan/JPMorganSvcs090611.pdf

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática INEGI (2012). Zonas Metropolitanas de los Estados Unidos Mexicanos. Censos Económicos 2009. México.

_ INEGI. (2009). Censos Económicos 2009, "servicios de alojamiento temporal y preparación de alimentos y bebidas". Recuperado el 26 de agosto de 2011. Disponible en: http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/saic/principal.asp

– INEGI. (2008). Recuperado el: 08 de octubre de 2010. Disponible en: www.inegi.gob.mx

_ INEGI. (2004). Delimitación de las Zonas Metropolitanas de México. Recuperado el 07 de septiembre de 2011. Disponible en: http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/metodologias/otras/zonas_met.pdf

– INEGI. (2000). Censo General de Población y Vivienda. Recuperado el 07 de septiembre de 2011. Disponible en: http://www.inegi.org.mx/sistemas/olap/proyectos/bd/

Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES). (2010). Recuperado el: 06 de Septiembre de 2010. Disponible en http://www.inmujeres.gob.mx/

Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES). Las Mujeres empresarias en México. (2003). Recuperado el: 20 de Septiembre de 2010. Disponible en: http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100583.pdf.

Jelin, E. (1995). Familia y Género notas para el debate. *Estudios Feministas,*3 (2), 394.

Jorge, S. E. (2003). Nuevos elementos para la reflexión metodológica en sociología. Del debate cuantitativo/cualitativo al dato complejo. *Papers*, 70, 57-81. Recuperado el 16 de Diciembre de 2012. Disponible en: http://ddd.uab.es/pub/papers/02102862n70/02102862n70p57.pdf

Kabeer, N. (1998). Tácticas y compromisos, en I. Arraigada, Nexos entre género y pobreza, género y pobreza: nuevas dimensiones, ediciones de las Mujeres, ISIS Internacional.

Kannabiran, K. (1993). Activista feminista de ASMITA, un centro de recursos para las mujeres en Hyderabad, India). *Comunicación personal*, citada en Batliwala, 1997.

Konrad, A. M. (2007): The Effectiveness of Human Resource Management Practices for Promoting Women's Careers, en Bilimoria, D. y S. K. Piderit (eds.): *Handbook on Women in Business and Management*, Edward Elgar Publishing, Northampton, Massachusetts, 254-276.

Korol. C. (2008). Una perspectiva feminista en la formación de los movimientos populares: la batalla simultánea contra todas las opresiones. *Revista Venezolana de Estudios de la Mujer* - Caracas, Julio-Diciembre, 13, (31), 27-37.

Lagarde, M. (1989). *Enemistad y sororidad: hacia una nueva cultura feminista*, Memoria 25, Centro de Estudios del Movimiento Obrero y Socialista, México.

Lagarde, M. (1991). *Poder y Liderazgo entre mujeres*, Memoria del curso impartido, Puntos de Encuentro, Nicaragua septiembre.

Lagarde, M. (1996). La multidimensionalidad de la categoría género y del feminismo. *Metodología para los estudios de género*.

Lagarde, M. (1997). Los cautiverios de las mujeres. *Madresposas, monjas, putas, presas y locas*. Coordinación General de Estudios de Posgrado, UNAM. México.

Lagarde, M. (1999). Claves identitarias de las latinoamericanas en el umbral del milenio. Portugal Ana María y Torres Carmen (editoras). *El siglo de las mujeres*. Santiago: ISIS Internacional.

Lagarde, M., & Los Ríos, D. (2003,). De la igualdad formal a la diversidad. Una perspectiva étnica latinoamericana. *In Anales de la Cátedra Francisco Suárez* (Vol. 37, pp. 57-79).

Lamas, M. (1999). *Género: los conflictos y desafíos del nuevo paradigma*. Isis Internacional. Ediciones de las mujeres, (28).

Lankshear, C. & Knobel, M. (2000). Problemas asociados con la metodología de la investigación cualitativa. *Perfiles Educativos*. 87, 6-27. Recuperado el 27 de Diciembre de 2012. Disponible en: http://www.cesu.unam.mx/iresie/revistas/perfiles/perfiles/87-html/87-02.htm

Lázaro, C. R., Zapata m. E. & Martínez C. B. (2007). Jefas de hogar: cambios en el trabajo y en las relaciones de poder. *Política y cultura*, (28), 201-224. Recuperado en 30 de abril de 2015, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-77422007000200009&lng=es&tlng=es. .

Lee-Gosselin, H., & Grisé, J. (1990). Are women owner-managers challenging our definitions of entrepreneurship? An in-depth survey. *Journal of Business Ethics*, 9(4), 423-433.

León, M. (1997). *Poder y empoderamiento de las mujeres*. Bogotá, Colombia.TM Editores.

León, M. (2000). Empoderamiento: Relaciones de las mujeres con el poder. *Revista de Estudios feministas,* 8(2). Consultado el: 09 de octubre de 2010. Disponible en: http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/viewArticle/11935

León, M. (2001).El empoderamiento de las mujeres: Encuentros del primer y tercer mundo en los estudios de género. *La ventana*, 13. 94-106.

León, M. (2003). Mujeres y trabajo: cambios impostergables. *Veraz Comunicação,* Porto Alegre, Brasil. Consultado el 02 de diciembre de 2013. Disponible en: http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/clacso/gt/20101012020005/leon.pdf URL

Lerner, G. (1990). *La creación del patriarcado*. Barcelona. Editorial Crítica.

Lessard, P. (2004). NRA officials address restaurateurs in Mexico. *The National Restaurant Association*. Recuperado el 31 de agosto de 2011. Disponible en: http://www.restaurant.org/news/story.cfm?ID=

Lieve, D. (2000). Mujeres empresarias en América Latina: El difícil equilibrio entre dos mundos de trabajo. *Desafíos para el Futuro*. Ponencia presentada en el Primer Seminario Internacional de la Mujer Empresaria "SIME 2000", Santiago de Chile.

Lips, H. (1994). Female Powerlessness: A Case of Cultural Preparedness. En. Power/Gender. *Social Relations in Theory and Practice, en Radtke H.L. y Stam H.J*. (Eds.). Sage Publications, London, 89-107.

Lira, L.F. (1976). Introducción al estudio de la familia y el hogar. En BURCH T.K. et al (Editores). *La familia como unidad de estudio demográfico*. San José, Costa Rica. CELADE.

Lizaur, M. P. (1996). El empresario tecnológicamente innovador y su contexto. Nueva Antropología. *Revista de Ciencias Sociales*, (50), 127-146.

Locher, B. (1998) Las relaciones internacionales desde la perspectiva de los sexos. *Revista Nueva Sociedad*. 158. 40:65. Recuperado el 22 de noviembre de 2010. Disponible en http://biblioteca.hegoa.ehu.es/system/ebooks/7005/original/Relaciones_Internacionales_desde_la_Perspectiva_de_los_Sexos.pdf

Lombardo, E. (2008) "Mainstreaming de género", en E. Bodelón y M. De la Fuente (Eds.), *Diccionario sobre mujeres y ámbito local / Diccionari - Mapa de Recursos Dona i Àmbit Local,* Barcelona, Projecte CIP, ICPS.

Lopez-C., A. & Zahidi, S. (S/F) *Empoderamiento de las mujeres: midiendo la brecha de género a nivel mundial*. World Economic Forum. Recuperado el: 10 de octubre de 2010. Disponible en: http://www.catedradh.unesco.unam.mx/BibliotecaCEDAW/

Ludmer, J. (1985), *"Las tretas del débil",* en La sartén por el mango. Edición de Patricia Elena González y Eliana Ortega. Río Piedras, San Juan de Puerto Rico, Ediciones Huracán.

Lukes, S. (1974) *El poder: un enfoque radical. Reimpresión, 2007*. Editorial siglo XXI. España.

Lundberg, D. y Walker J. (1993). *The restaurant: From concept to operation*. Wiley. New York.

Mallimanci, F. Y Giménez, B. V. (2006). Historias de vida y método biográfico en Vasilachis, I. (compiladora). *Estrategias de Investigación cualitativa*. Barcelona: Gedisa.

Mangas, L. E., & Cornejo, J. A. F. (2014). La situación de la mujer en el mercado laboral después de la crisis. *Economistas*, (138), 134-141.

Marshall, A. (1840). *Principios de Economía. Reimpresión de 1957.* Madrid, Ed. Aguilar.

Martínez, G. (2004) Empresarias y ejecutivas: referencias organizacionales y ejercicios de poder. En Pérez-Gil Romo, Sara Elena y Patricia Ravelo Blancas (coords) Voces disidentes. *Debates contemporáneos en los estudios de género en México*. México: CIESAS- Miguel Ángel Porrúa.

Marx, K. (1885). El Capital. *El proceso de formación de capital*. Tomo III. Reimpresión 1975. Siglo XXI. México. D.F.

Mayoux, L. (1995). *Conférence mondiale sur les femmes From Vicious to Virtuous Circles?*: Gender and Micro-Enterprise Development. Geneva: United Nations Research Institute for Social Development.

Mayoux, L. (1998). Women´s Empowerment and Microfinance Programmes: *Approaches, Evidence and Ways Forward,* United Kingdom, Discussion paper, The Open University, Milton Keynes.

Mayoux, L. (2008). *Alcanzando y Empoderando a la Mujer*: Hacia un protocolo de justicia de género para un sector financiero diversificado, inclusivo y sostenible. Recuperado el: 11 de Octubre de 2010. Disponible en http://www.microfinanzas.org/uploads/media/Accediendo_y_Empoderando_a_las_Mujeres_2008.pdf

Melgar, L. (2008). *Persistencia y Cambio*, acercamiento a la historia de las mujeres en México. México, D.F. El Colegio de México.

Menudo, J. M. & O´kean J. M. (2006). La función empresarial en A.R.J. Turgot: *El inicio de la confusión, el principio del olvido. Colección Mediterráneo Económico*; 9:33-46.

Mertens, D. (1998), *Research methods in education and psychology*: Integrating diversity with quantitative and qualltatlve approaches, Newbury Park, Sage.

Meza, O. A., Tuñon P.E. Ramos, M. D.E. Y Kaufferm. E. (2002). Progresa y el empoderamiento de las mujeres: estudio de caso en Vista Hermosa, Chiapas. *Papeles de Población*, enero-marzo, (031). 67-93.

Mill, S.J. (1848). *Principios de Economía Política con algunas de sus aplicaciones a la Filosofía social.* Primera reimprensión. Fondo de Cultura Económica. México, D.F.

Mitofsky. (2008). *Hábitos de alimentación y Ejercicio*. Recuperado el 31 de agosto de 2011. Disponible en: http://72.52.156.225/Estudio.aspx?Estudio=habitos-alimentacion-ejercicio

Mohanty, C. T. (2008). Bajo los ojos de Occidente. Academia feminista y discurso colonial. Descolonizar el Feminismo: *Teorías y Prácticas desde los Márgenes*. España, Cátedra.

Molina, V.E. (2003). *Estrategias para el inicio y manejo exitoso de un changarro,* México: ISEF.

Molyneux, M., (1985). Moblilization without emancipation? Womens interests, the state, and revolution in Nicaragua. *Feminis studies*; 11(2).

Mouffe, C. (1999). *El retorno de lo político. Comunidad, ciudadanía, pluralismo, democracia radical.* Editorial Paidós. Barcelona, España.

Moult, S. & Anderson, A.R. (2005). "Enterprising Women: Gender and Maturity in New Venture Creation and Development", *Journal of Enterpresing Culture,* vol.13, núm. 3, septiembre, pp. 255- 271.

Niño, L.M. y Villareal, M. M. (2011). ¿Continuos o fragmentados? Procesos de empoderamiento de mujeres indígenas en San Quintín. En López, L.G., Arriaga, M.R. y Diesbach R. N. (compiladores). *Vivir la frontera, Pobreza, migración, violencia, trabajo y sociedad.* IIS-UNAM y UABC. México. 287-305

Ocampo, A., Escolano, E. & Valle, J. E. (2009) *Empresarias con poder: historias en Guadalajara y Valencia*, Instituto Municipal de las Mujeres en Guadalajara, México.

Ochoa, A. M.C. (2009). *Los límites de la pobreza: Desigualdad y exclusión de las mujeres jefas de familia*. Guadalajara. Universidad de Guadalajara.

Oliveira, O. & Ariza, M. (2001).Transiciones familiares y trayectorias laborales femeninas en el México urbano. En GOMES, C. (compiladora). Procesos sociales, población y familia. A*lternativas teóricas y empíricas en las investigaciones sobre vida doméstica*, México D.F. FLACSO/Porrúa.

Oliveira, O. & García B., (1994). *Trabajo, fecundidad y condición femenina en México*. México. Centro de Estudios Demográficos y de Desarrollo Urbano. COLMEX. 693-710.

Oliveira, O. & García, B. (1998). Crisis, reestructuración económica y transformación de los mercados de trabajo en México. *Papeles de población*. 15(1).39-72. Recuperado el 05 de septiembre de 2011. Disponible en: http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/artpdfred.jsp?icve=11201503

Olvera, B. (2005).Entre la identidad y la lencería: identidad y trabajo en los table dance de Guadalajara. Tesis. Universidad de Guadalajara. México.

Oppermann, M. (2000). Triangulation - A Methodological discussion. *International Journal of Tourism Research*. 2(2). 141-146

Organización de las Naciones Unidas (ONU). (1991). «*Las mujeres en el mundo: Un retrato estadístico*». Naciones Unidas. Nueva York.

Organización de las Naciones Unidas ONU. (2009). *El control por la mujer de los recursos económicos y del acceso a los recursos financieros, incluida la microfinanciación*. Recuperado el 9 de septiembre de 2010. Disponible en: http://www.iknowpolitics.org/files/World%20Survey%20on%20role%20Women%20in%20Dev%20-%20A.64.93%20-%202009_Spanish.pdf

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) (2004). Promoting Entrepreneurship and Innovative SMEs In A Global Economy. *Second OECD Conference of Ministers responsible for Small and Medium-sized Enterprises* (SMEs). Junio. Estambul, Turquía.

Orbach, S. & Eichenbaum, L. (1988). Agridulce: *El amor, al envidia y la competencia en la amistad entre mujeres*, Grijalbo S.A., Barcelona.

Ortiz, R., C., Duque, O. Y. V., & Camargo, M. David. (2008) Una Revisión a la Investigación en Emprendimiento Femenino. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 16(01). 85-104. Recuperado el: 08 de Septiembre de 2010. Disponible en: http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/html/909/90916107/90916107.html

Pacheco, E. (2007). El mercado de trabajo en México. Cambios y continuidades. En Guadarrama, R. y Torres, J.L. (coordinadores). *Los significados del trabajo femenino en el mundo global*. Anthropos Editorial: México, D.F.

Panaia, M. (2004). El aporte de las técnicas biográficas a la construcción de la teoría. *Espacio Abierto Cuaderno Venezolano de Sociologia*. 13(1). Recuperado el 15 de diciembre de 2010. Disponible en: http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/122/12201303.pdf

Panella, C. (1998).La historia oral, sus fuentes y archivos. *Oficios Terrestres*, 5, 88-90.

Parpart, J. L. (1994) "¿Quién es el Otro? Una crítica feminista postmoderna de la teoría y la práctica de la mujer y el desarrollo", Propuestas nº 2, Documentos para el Debate, *Red de Mujeres*, Lima. Recuperado el 22 Noviembre 2010. Disponible en: http://www.unidaddeigualdad.es/documentos_contenidos/1322_59422281_critica-feminista.pdf

Pérez-Sánchez B. (2011). Reseña crítica del empresario en la fisiocracia y la economía clásica. *Hitos de Ciencias Económico Administrativa*; 17 (47): 27-38.

Pinilla a. E, Rondón F, Sánchez A. (2001). Complementariedad entre métodos cualitativos y cuantitativos. *Revista Escuela de Administración de Negocios,* 42-43, 40-47.Recuperado el 10 de Diciembre de 2012. Disponible en: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=000136&pid=S0120-00112006000400010000024&lng=en

Powell, G.N. (1991). Women and men in management. Sage: California.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). *Indicadores de Desarrollo Humano Municipal en México*. (2009). Recuperado el: 26 de marzo de 2010. Disponible en: http://www.undp.org.mx/IMG/pdf/IDH_Municipal_en_Mexico_2000-2005-2.pdf

_____PNUD (2009). Indicadores de Desarrollo Humano y Género en México 2000-2005. Recuperado el: 26 de marzo de 2014. Disponible en: http://www.undp.org.mx/desarrollohumano/genero/index.html

Quintana, G.C. (1999). Capacidad emprendedora y racionalización organizativa: estudio teórico-empírico de su papel en la creación y desarrollo de las empresas Andaluzas. (*Tesis de doctorado*, Universidad de Málaga). Consultado el 27 de diciembre de 2012. Disponible en: http://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/274

Ramirez, S. J.M. & De La Torre R (2005). Conservadurismo y grupos cívicos en Guadalajara, en De La Torre, Ramírez y Garcia (comps). Conservadurismo y grupos. *Los rostros del conservadurismo mexicano*, CIESAS.

Ravelo B. P. (2002). Estrategias y acciones de resistencia en torno la violencia sexual. *El Cotidiano*, 116, 55.

Reynolds, P., Hay, M., y Camp, S.M. (2000). Global Entrepreneurship Monitor, 2000 Executive Report. *Babson Frontiers of Entrepreneurs Research Conference*. Recuperado el: 10 de septiembre de 2010. Disponible en: http://www.gemconsortium.org/download/1287601787718/GEM%20Global%201999%20report.pdf

Rendón, T. (2004). *"El mercado laboral y la división intrafamiliar del trabajo"*, En Marina A. Y Orlandina De O., Imágenes de la familia en el cambio de siglo, Ciudad de México: Instituto de Investigaciones Sociales-Universidad Nacional Autónoma de México.

Revenga, A. Y M. Riboud (1993), "Unemployment in Mexico: Its Characteristics and Determinants," *World Bank Policy Research Working Paper* #1230.

Rhéaume, J. (2002). El relato de vida colectivo y la aproximación clínica en ciencias sociales. *Perfiles Latinoamericanos.10* (021). 99-115.

Ricardo, D. (1817). *Principios de economía política y tributación: obras y correspondencia*, Vol. I . Reimpresión 1994. Fondo de Cultura Económica. México, D.F.

Riger, S. (1997). ¿Qué está mal con el empoderamiento?. En León M. (compiladora). *Poder y empoderamiento de las mujeres.* Bogotá, Colombia. TM Editores. 55-74.

Rios, E.M. (2010). Metodología de las ciencias sociales y perspectivas de género. En Blazquez, Flores y Ríos compiladoras. *Investigación Feminista epistemología, metodología y representaciones sociales*. México D.F. UNAM. 179-798.

Rivera A. S. & Díaz, L. R. (2002).*La cultura del Poder en la Pareja. Facultad de Psicología*, UNAM. México: Porrúa

Rodríguez, G. G., Gil, F. J. Y García J. E. (1996). *Metodología de la investigación cualitativa*. Málaga, España, Ediciones Aljibe.

Rodríguez, M.M. (2004). *Foucault y la genealogía de los sexos*. Barcelona, España. Anthropos Editorial.30-25.

Rodríguez M. I. (2006) "Sobre el término género" en Marta Carballo de la Riva (coord.), Género y desarrollo. *El camino hacia la equidad,* Madrid, Editorial Catarata e Instituto Universitario de Desarrollo y Cooperación, pp. 31-54.

Rodríguez S. C., Pozo L. T., Gutiérrez P. J. (2006). La triangulación analítica como recurso para la validación de estudios de encuesta recurrentes e investigaciones de réplica en educación superior RELIEVE. *Revista elec-*

trónica de investigación y evaluación educativa, 12 (2). Universidad de Valencia. España.289-305

Romero, I. M.E. (2003). *La Historia Empresarial*. Historia mexicana, enero - marzo, año/vol. Lll (3). El Colegio de México, Distrito Federal, México. 806-829

Romo, P. (2012). Cierran 80% de restaurantes nuevos en Guadalajara. *El Economista*. 12 de agosto de 2012. Recuperado el 3 de noviembre de 2012. Disponible en: http://eleconomista.com.mx/estados/2012/08/12/cierran-80-restaurantes-nuevos-guadalajara

_____ (2012b). 12 de diciembre de 2012. Jalisco tendrá primer clúster gourmet del país. *El Economista*. Recuperado el 11 de junio de 2014. Disponible en: http://eleconomista.com.mx/estados/2012/12/23/jalisco-tendra-primer-cluster-gourmet-pais

Rosado-Nunes, M. J. (2006). Teología feminista e a Crítica Da Razao Religiosa Patriarcal: Entrevista com Ivone Gebara. Universidade Federal de Santa Catariana.*Revista Estudos Feministas*, Janeiro- abril 14(001). 294-304.

Rose, H. (1994). Love, power, and knowledge: Towards a feminist transformation of the sciences. Indiana University Press en Rosener, J. B. (1990). *Ways women lead*. Harvard Bussiness Review, 68 (6). 119-125.

Rowlands, J. (1997). Empoderamiento y mujeres rurales en Honduras: un modelo para el Desarrollo. En León, M. (compiladora). *Poder y Empoderamiento de las Mujeres*. (213-245). Bogotá, Colombia: TM Editores.

Rowlands, J. (2005). *El Empoderamiento a Examen*. Comunidad Virtual de Desarrollo Humano e Institucional. Recuperado el 20 Noviembre 2010. Disponible en: http://www.gobernabilidad.cl/modules.php?name=-News&file=article&sid=809

Rubin, G. (1996). El tráfico de mujeres: Notas sobre la economía política del sexo. En LAMAS M. (compiladora) *El Género la construcción cultural de la diferencia sexual*. México. Universidad Autónoma de México/Programa Universitario de Estudios de género. 35-96.

Ryan, G. W. & Bernard, H. R. (2000). Data management and analysis methods. *In Handbook of qualitative research*. En Denzin N. y Lincoln, Y. (eds.) 769–802. Thousand Oaks, CA: Sage.

Ryder, N. (1987). Reconsideration of a model of family demography. En Bongaarts et al (editors). *Family demography. Methods and their application*. Oxford. Clarendon Press.

Salas, H. (2011). Investigación Cuantitativa (Monismo Metodológico) y Cualitativa (Dualismo Metodológico): El status epistémico de los resultados de la investigación en las disciplinas sociales. Cinta de moebio, (40), 1-21.

Salazar B. N. & Rivas T. E. (2004). La precariedad laboral y su incidencia en las políticas sociales de la v república: mirada especial a las misiones. Visión Gerencial. Nº 1 (3). Enero - Junio, 2004. PP. 62-77. Venezuela.

Sánchez, J., García, E., Gutierrez A. (s/f). La administración de la relación con el cliente (CRM) como factor de competitividad en las PYMES de la industria restaurantera en la Zona Metropolitana de Guadalajara. Recuperado el 26 de agosto de 2011. Disponible en: http://www.aeca.es/pub/on_line/comunicaciones_aal2011/cd/2c.pdf

Say, B. J. (1804). Tratado de Economía Política o exposición sencilla del modo con que se forman, se distribuyen y se consumen las riquezas. Reimpresión 2000. Facultad de Economía-UNAM, México.

Schuler, M. (1995). Los derechos de las mujeres son derechos humanos: La agenda internacional del empoderamiento. En León, M. (compiladora). *Poder y Empoderamiento de las Mujeres*. (29-54). Bogotá, Colombia: TM Editores.

Schultz, T. W. (1980) Investment in Entrepreneurial Ability. *Scandinavian Journal of Economics,* 82: 4; 437-448.Consultado el 07 de enero de 2013. Disponible en: http://ssrn.com/abstract=

Schumpeter, J. A. (1952) *Capitalismo, Socialismo y Democracia*. Aguilar Ediciones, México, D.F.

Schumpeter, J. (1954). *Historia del análisis económico*. Fondo de Cultura Económica. México, D.F.

Scott, J. W. (1996). El género una categoría útil para el análisis histórico. El Género: la construcción cultural de la diferencia sexual. Compiladora Marta Lamas. México. Universidad Autónoma de México/Programa Universitario de Estudios de género. 265-302.

Scott, J. W. (2010). "Género: ¿Todavía una categoría útil para el análisis?". *La manzana de la discordi*a 6/1. 95-101.

Secretaria de Economía. (2010). Programa "El reto sin fronteras" Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados, CANIRAC, 6 de septiembre de 2010.

Secretaria de Turismo. (2010).Data tur, Estadísticas básicas. Recuperado el 31 de agosto de 2011. Disponible en: http://datatur.sectur.gob.mx/portalDatatur2/formaReporteador.do

Segerman-Peck, L.M. (1991). Networking and mentoring. A woman's guide. Londres: Judy Piatkus Ltd.

Sen, A. (1983), «Economics and the family». Asian Development Review, \(20),pp. 14-26. — (1990), «Gender and comparative conflicts», en I. Tinker, ed., Persistent Inequalities: *Women and WorId Development*, NuevaYork, Oxford University Press, pp. 195-223.

Sen, G. y Grown, C. (1987). Development, crises and alternative visions: Third World Women's prespectives, Nueva York: Monthly Review Press. Transitions. *The family and the life course in historical perspective*. New York. Academic Press.

Serna, M.G. (2001). "Empresarias y relaciones de género en dos ciudades de provincia", En: Barrera B. D., (Comp.), Empresarias y ejecutivas. Mujeres con poder, El Colegio de México, México, D.F. 968-12-0977-X, (p. 89-138).

Serna, M.G. (2003). "Aquí no hay seguro contra crisis..." Empresarias, empresas y hogares en dos zonas metropolitanas de México. CIESAS. México, D.F.

Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (2009). INEGI. Aguascalientes, Ags. Recuperado el 05 de noviembre de 2012. Disponible en: http://www.inegi.org.mx/sistemas/scian/

Sistema de Información Empresarial Mexicana. (SIEM) (2011).Consultado en Septiembre, Octubre y Noviembre 2011. Disponible en: http://www.siem.gob.mx/siem2008/

Sistema Estatal de Información Jalisco (SEIJAL) (2010). Estadísticas e Indicadores Económicos. Recuperado el 31 de agosto de 2011. Disponible en http://www.seijal.gob.mx/index_vn.php

Sitton, T., Mehaffy, G.L. Davies Jr., O.L. (1995). Historia Oral. Una guía para profesores (y otras personas) México: F.C. E.

Smith, A. (1776). Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones. Fondo de Cultura Económica. Décima reimpresión 1999. México, D.F.

Schmelkes del V. S. (2001) La combinación de estrategias cuantitativas y cualitativas en la investigación educativa: Reflexiones a partir de tres estudios. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*. 3 (2). 81-94. Consultado el 18 de mayo de 2012. Disponible en: http://redie.ens.uabc.mx/vol3no2/contenido-schmelkes.html

Spradley,J.P.(1979). The ethnographic Intervio. New York:Holt, rinehart &Winston. En Rodríguez G., Gil J., García, E. (1996). Metodología de la Investigación Cualitativa. España. Ediciones Aljibe.

Stromquist, N. (1997). La búsqueda del empoderamiento: en qué puede contribuir el campo de la educación. En: León, M. (Comp.) *Poder y empoderamiento de las mujeres*. Bogotá: Tercer Mundo; pp. 75-95.

Suárez-Navaz, L., & Castillo, R. A. H. (Eds.). (2008). Descolonizando el feminismo: teorías y prácticas desde los márgenes. Catedra Ediciones.

Taylor, S.J. Y Bogdan, R. (1996). Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados. Barcelona: Editorial Paidós.

The National Restaurant Association. NRA. (2010). 2009 media report. Recuperado el 26 de Agosto de 2011. Disponible en: http://www.restaurant.org/pdfs/media/2009_show_iwsb_media_report.pdf

Tinley, L. M. I. (2010). Women's Herbal Product Micro-enterprise Development in Mexico: Understanding Gender Dimensions, Social Networks and Knowledge (Doctoral dissertation, University of East Anglia). Recuperado el 26 de abril de 2015. Disponible en; https://ueaeprints.uea.ac.uk/34264/1/19-05-11-Lorena_Ibarguen_Thesis.pdf

Toribio, M. M. R., Rodríguez, G. M. J. & García de Casasola, F. C. (2003). El potencial empresarial femenino y los factores personales que lo condicionan. El caso de Andalucía Occidental. *Boletín económico de ICE*, 2754. 31-43.

Truong, T-D. (1997). Gender and human development: a feminist perspective. Working papers series (*Institute of Social Studies*; 258:1-24. Consultado el 07 de Julio de 2013. Disponible en: http://repub.eur.nl/res/pub/19000/wp258.pdf

Tuirán, R. (2001). Estructura familiar y trayectorias de vida en México, en Gomés, C. (Compiladora). Procesos sociales, población y familia. Alternativas teóricas y empíricas en las investigaciones sobre vida doméstica. México. FLACSO/Porrúa. 23-66.

Tuñon, P. E. (1998). Los movimientos de las mujeres en pro del sufragio en México, 1917-1953.Instituto de Investigaciones Histórico- Sociales. Universidad Veracruzana. *Sotavento*, 2,(4).131-150.

Turgot A. R. J. (1998) Reflexiones sobre la formación y la distribución de las riquezas. En Cuadro filosófico de los progresos sucesivos del espíritu humano y otros textos. Selección y traducción de Francisco González Aramburu, Fondo de Cultura Económica. México, D.F.

Ulshoefer, P. (1995). La formación profesional como medio para lograr una inserción laboral de las mujeres en pie de igualdad con los hombres. Boletín CINTERFOR, 132-133. 7-18.

UNICEF (1997). El marco conceptual de igualdad y empoderamiento de las mujeres. En León M. (compiladora). Poder y empoderamiento de las mujeres. Bogotá, Colombia. TM Editores.173-186.

Valencia, L. E. (1998). Jalisco, ajuste y cambio estructural. Una región en busca de proyecto. Borrador. Centro de Investigación Observatorio Social, DESMOS, Universidad de Guadalajara. Preparado para su presentación en el XXI Congreso Internacional de Latin American Studies Association 98. Septiembre 24-26 de 1998.

Valenzuela, S. M.T. & Miranda, A. (2001). ¿Por qué no me hago el papanicolau? Barreras sicológicas de mujeres de sectores populares de Chile. Rev. Chil. Salud Pública. 5 (2-3), 75-80.
Vasilachis de Gialdino, I. (2003). Pobres, Pobreza, identidad y representaciones sociales. Barcelona: Gedisa.
Vasilachis de Gialdino I. (2006). Estrategias de Investigación cualitativa. Barcelona: Gedisa.
Vázquez, E. et al. (2002), "Procesos de empoderamiento entre mujeres productoras en Tabasco", en *Revista Mexicana de Sociología*, año 4, núm. 2, México: Universidad Nacional Autónoma de México.
Vélez, B.G. (2008). La construcción social del sujeto político femenino. Un enfoque identitario -subjetivo. Miguel Ángel Porrúa. México.
Veras, E. (2010) Historia de vida. ¿Un método para las ciencias sociales?. Cinta de Moebio. *Revista de Epistemología de Ciencias Sociales*. 39. 142-152.
Vernier, M.E. (1996). Por qué apoderar. Boletín editorial del Colegio de México. México. 67 (3). 17-20.
Voeten, J. (2002a, febrero). Criteria to define women entrepreneurs who own and manage micro and small enterprises: Working paper 1 in the framework of the project "Training for women in micro and small enterprises, phase 2 (TWMSE2)". Maastricht, The Netherlands: Maastricht School of Management.
Weber, M. (1905). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Reimprensión 1991. Fondo de Cultura Económica. México.
Weeks, J. & Seiler, D. (2001). Actividad Empresarial de la Mujer en América Latina. Una exploración del Conocimiento Actual. *Interamerican Development Bank*. Recuperado el 9 de septiembre de 2010. Disponible en: http://www.cartierwomensinitiative.com/docs/WomenEntrepren_in_Lat_Am.pdf
Wieringa, S.K. (1997). Una reflexión sobre el poder y la medición del empoderamiento de género del PNUD. En León, M. (compiladora). *Poder y Empoderamiento de las Mujeres*. Bogotá, Colombia.TM Editores.147-172.
Wollstonecraft, M. (2005). Vindicación de los derechos de la mujer. España. Editorial ISTMO.
Woolcock, M. (1998). Social capital and economic development: Toward a theoretical synthesis and policy framework. *Theory and Society*, 27. 151-208. Recuperado el 10 de mayo de 2011. Disponible en: http://vefsetur.hi.is/phdsoced/sites/files/phdsoced/webform/literature/SocCapital%20%26%20Eco%20Dev.%20M.Woolcock.pdf

Young, K. (1993). El potencial transformador en las necesidades prácticas: Empoderamiento colectivo y el proceso de planificación. En León, M. (compiladora). *Poder y Empoderamiento de las Mujeres*. Bogotá, Colombia.TM Editores. 99-118.

Zabludovsky, G. (1993). Mujer, empresa y familia, en Salo GRABINSKY y Gina ZABLUDOVSKY, Mujeres y sus empresas, del verbo emprender, México.

Zabludovsky, G. (1994). Reflexiones en torno al estado de los empresarios en México, en Política y Gobierno, 1(1), enero-junio, México. 177-194.

Zabludovsky, G. (1995). Presencia de las empresarias en México: diagnóstico comparativo regional y mundial. *Revista Mexicana de Sociología,* 57(4). 255-285.

Zabludovsky, G. (1998). *Las mujeres empresarias en México, una fuerza económica emergente*. Estudio Financiado por IBM, México.

Zabludovsky, G. (2001). Participación empresarial de las mujeres en México: tendencias en Todaro, R. Y Rodríguez R. (eds). El género en la economía, Centro de Estudios de la mujer, 32. 97-110.

Zabludovsky G. (2001a). Las empresarias en México: una visión comparativa. En Barrera B.D. (compiladora). *Empresarias y Ejecutivas con Poder*. El Colegio de México. México, D.F.33-83.

Zabludovsky, G. (2002). Las empresarias, sus familias y sociedades. *Mercado de valores,* 2 (2). 3-7.

Zabludovsky, G. (2007). Las mujeres en México: trabajo, educación superior y esferas de poder. *Política y cultura*, (28), 09-41. Recuperado en 09 de octubre de 2012, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-77422007000200002&lng=es&tlng=es

Zabludovsky, G. (2007b). México: Mujeres en cargos de dirección del sector privado. *Revista Latinoamericana de Administración*, 38(1). 9-26.

Zabludovsky, G. (2013) *Empresarias y Ejecutivas en México*. Diagnósticos y desafíos, Plaza y Valdés, México.

Anexos

Anexo 1 Guión de entrevista a profundidad por eje temático.

Eje temático	Objetivo	Áreas a explorar	Datos específicos
Contexto de las mujeres empresarias	Caracterizar las empresas restauranteras de la ZMG	Características de la empresa	Nombre de la empresa (ofreciendo confidencialidad) Rama de la Empresa Tamaño de la empresa Antigüedad de la empresa en el mercado Número de empleados Existencia de sucursales
	Construir el perfil de las empresarias restauranteras de la ZMG	Antecedentes de las mujeres empresarias y su labor empresarial	Forma de adquisición de la empresa Motivación para el inicio de la actividad empresarial Propiedad de la empresa (propietaria o socia/porcentaje de participación) Antecedentes de un entorno empresarial (personal, familiar o de pareja) Experiencia laboral Participación en organismos públicos o privados Acceso a crédito o fuentes de financiamiento Uso de nuevas tecnologías y herramientas Reconocimientos empresariales Movilidad geográfica

Eje temático	Objetivo	Áreas a explorar	Datos específicos
		Características sociodemo-gráficas de las empresarias.	Nombre (ofreciendo confidencialidad). Lugar y fecha de nacimiento. Localidades de residencia. Antecedentes familiares de residencia. Estado civil. Nivel de estudios (incluir pareja en caso de existir). Jefatura del hogar. Contribución al ingreso familiar. Maternidad. Personas que habitan en su casa. Hijos/dependientes económicos. Relación y edad de los dependienteseconómicos. Ayuda doméstica. Salud (general y reproductiva). Duración de la jornada laboral.
Proceso de Empodera-miento.	Reconstruir el proceso de empoderamien-to de las mujeres empresarias.	Prácticas, situaciones y acontecimientos personales, familiares y profesionales relacionados con el conjunto de actividades que tienen o pueden tener como objetivo expreso o negociación, aceptación, compensación o sometimiento ante el ejercicio del poder.	Religión. Trayectoria familiar y profesional. Restricciones económicas, sociales y culturales. Matrimonio, divorcio, viudez. Muerte de familiares cercanos. (padres, hijos, cónyuge). Invalidez. Orfandad. Herencias. Adicciones. Violencia física o psicológica.

Eje temático	Objetivo	Áreas a explorar	Datos específicos
			Comprensión de problemas locales, regionales y nacionales Organización de actividades para generar ingresos o financiamiento extra.
		Factores inhibidores	Machismo Discriminación Critica de miembro de la comunidad Falta de control sobre la propiedad Opresión internalizada reforzada desde fuera Dependencia en individuos clave Políticas locales o nacionales inestables Toma de decisiones poco participativa dentro de la organización Falta de respeto a la diversidad Envidia entre mujeres del grupo Competencia entre mujeres del grupo y entre empresarios
Empoderamien-to en la dimensión de las relaciones cercanas	Identificar los momentos y las causas trascendentales al interior de las relaciones	Factores impulsores	Conocimientos de derechos de las mujeres Percepción crítica de la igualdad Compartir problemas con otras mujeres Viajar

Eje temático	Objetivo	Áreas a explorar	Datos específicos
	públicos, privados y/o políticos		Desarrollo de liderazgo Formación de redes de trabajo Autonomía Entrenamiento para el manejo de conflicto Capacitación especializada Formación de aspectos de género Comprensión de problemas locales, regionales y nacionales Organización de actividades para generar ingresos o financiamiento extra
		Factores inhibidores	Machismo Discriminación Critica de miembro de la comunidad Falta de control sobre la propiedad Opresión internalizada reforzada desde fuera Dependencia en individuos clave Políticas locales o nacionales inestables Toma de decisiones poco participativa dentro de la organización Falta de respeto a la diversidad Envidia entre mujeres del grupo Competencia entre mujeres del grupo y entre empresarios

Eje temático	Objetivo	Áreas a explorar	Datos específicos
Empodera-miento en la dimensión de las relaciones cercanas	Identificar los momentos y las causas trascendentales al interior de las relaciones de las mujeres en que adquieren o pierden poder tanto en sus negocios como en sus hogares -y cuáles son las consecuencias -inmediatas o acumulativas- de estos eventos	Factores impulsores	Conocimientos de derechos de las mujeres Percepción crítica de la igualdad Compartir problemas con otras mujeres Viajar Presión y ayuda de las parejas Terminar con el aislamiento Participar en grupos Aportar al ingreso familiar
		Factores inhibidores	Machismo Adicciones del compañero Violencia de pareja, padres e hijos Expectativas culturales de la mujer Control del ingreso por parte del hombre Dependencia de la mujer Opresión internalizada Creencias religiosas Control social/estigmatización cultural de roles tradicionales

La versión electrónica de
Relaciones
de poder de
mujeres empresarias

se terminó de editar
en septiembre de 2019
en los Talleres Gráficos
de Imprelibros BM
Brillante No.916
Col. Alcalde Barranquitas
Guadalajara, Jal.
Tel.: 3613-8426

imprelibrosbm@gmail.com

El objetivo que condujo la investigación cuyos resultados se presentan en esta obra fue el de reconocer cómo se configuran las relaciones de poder de las mujeres empresarias con su pareja, hijos y padres, sus homónimos empresarios, sus trabajadores y los miembros de las organizaciones, públicas o privadas, en las que participan, ello permitió reconstruir los procesos de empoderamiento de las mujeres empresarias a partir de las estrategias de negociación, compensación, resistencia y subordinación que emprenden, tanto en la dimensión personal como en las relaciones cercanas y colectivas.

Así, esta obra resulta pertinente para entender la forma en que se llevan a cabo los procesos de significación y resignificación del trabajo de las mujeres, así como sus relaciones de poder tanto dentro como fuera de sus unidades económicas y domésticas.

Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas

View publication stats