



COMITÉ DE IGUALDAD DE GÉNERO

Coordinadoras del Comité:
María del Rosario Zavala Ramírez
y Karina Vega Plasencia

**BIENIO
2019-2020**

LA MUJER MEXICANA QUE TRABAJA, TEJEDORA DE DOS MUNDOS



ÍNDICE



- Introducción
- Historia Cultural de la Mujer Mexicana: *Xochiquétzal sigue tejiendo*
- Contexto de la Población Mexicana
- 25 Insights de la Mujer Mexicana que Trabaja
 - I. Brechas laborales y salariales
 - II. Virtudes que se vuelven obligación
 - III. Beneficios Familiares de la Mujer que Trabaja
 - IV. Bienestar y Cuidado Personal
 - V. Ciclos de Vida y Sexualidad
 - VI. Tiempo Libre y esparcimiento
 - VII. Movilidad y Esfera Pública
 - VIII. Sexismo y Desafíos Laborales
- Conclusión
- Fuentes de Consulta
- Créditos

El presente documento fue elaborado a partir de *insights* e información disponible en fuentes secundarias, identificadas por las siguientes agencias:



INTRODUCCIÓN

En América Latina y el Caribe, las mujeres representan el 51.7 por ciento de la población económicamente activa¹. En lo que se refiere a México, especialistas en programas de mujeres de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) han indicado recientemente que las mujeres mexicanas son las que más trabajan en el continente americano², ya que laboran setenta y cuatro horas, cincuenta de las cuales las destinan a trabajos no remunerados, como el cuidado del hogar y de personas. Por otra parte, cuatro de cada diez mujeres participan en el mercado laboral, en contraste con una razón de ocho de cada diez hombres. Ésta es una de las tasas más bajas de América Latina y la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE).

Lo anterior significa que las mujeres mexicanas están muy poco integradas al mercado laboral, pero son las que más horas trabajan en el continente por la carga de trabajo de cuidado no remunerado.



¹ Granados, Ó. (2019). La mujer latina sigue a la cola del mercado laboral. El País. Retrieved from https://elpais.com/economia/2019/03/07/actualidad/1551949955_972742.html

² Calderón, M. (2019). Mujeres mexicanas, las que más trabajan en el continente americano: ONU. Notimex. Retrieved from <http://www.notimex.gob.mx/nbnotaLibre/683845/mujeres-mexicanas-las-que-m%E1s-trabajan-en-el-continente-americano-onu>



De acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), los hombres ocupados reportaron un ingreso promedio de 6 mil 204 pesos mensuales, mientras que el de las mujeres fue de 4 mil 788 pesos al mes, que implica una diferencia de 1,416 pesos, es decir que ellos ganan 30% más, a pesar de que, a nivel educativo, las mujeres están igual de preparadas que los hombres.

Desde hace algunos años, según otros estudios -como el del “*Contexto de la Población Mexicana*” - las mujeres se han percibido en una peor situación que el hombre en cuanto a las condiciones laborales. Entre los principales problemas que perciben están la falta de oportunidades y empleo, así como la discriminación por embarazo o tener hijos³.

Los datos anteriores son parte de un contexto histórico cultural que tiene un origen en las civilizaciones prehispánicas. Son vestigios culturales que en el México actual se siguen actualizando, haciéndose latentes en el inconsciente colectivo de sus ciudadanos. Por ello la relevancia de comprender qué pasa con las mujeres mexicanas que trabajan, pues es importante que empresas e instituciones faciliten mecanismos e implementen políticas que permitan escenarios igualitarios para hombres y mujeres.

³ Contexto de la población mexicana. (2017). El Universal.



HISTORIA CULTURAL DE LA MUJER MEXICANA. XOCHIQÚETZAL SIGUE TEJIENDO

En la cultura mexicana, y en general en las demás culturas prehispánicas, la mujer trabajaba. Si bien existía el constrañimiento doméstico, la mujer nahua ponía su mano de obra como valor para la comunidad. Una de las principales actividades laborales que realizaba la mujer en la época prehispánica era la del tejido y el bordado. Las mujeres tejedoras eran también madres, pero, así mismo, eran guerreras al amparo de las diosas.

Xochiquétzal (*Flor de quetzal*) era la diosa patrona de las mujeres tejedoras, de la sexualidad y la fertilidad, así como protectora en situaciones de guerra. Todos estos atributos eran relacionados a la mujer. No había una distinción entre dedicarse al hogar, trabajar y ser guerrera. La mujer nahua era todo eso.

Hoy, en México, como se verá en los insights presentados en este libro, la mujer que trabaja se encuentra bordando entre dos mundos: el mundo del deber en el hogar y el mundo del deseo de superación laboral; entre la responsabilidad de “los hijos” y el cumplimiento de su profesión. Vive entre los valores adjudicados u obligatorios, y la identidad adscrita que se esmera en obtener: ser reconocida profesionalmente.



Al estar entre los dos mundos del hogar/trabajo la mujer mexicana ocupa un terreno indeterminado y no fácilmente clasificable. La antropóloga Mary Douglas en su libro clásico “Pureza y peligro”, nos dice que las sociedades necesitan clasificar las cosas. Qué es bueno y qué es malo; qué es público y qué es privado; qué se puede comer y qué no. Cuando algo no puede clasificarse adecuadamente queda en un espacio de indeterminación, que suele considerarse “impuro”, “peligroso”, “desconocido”. Se trata, nos dice la antropóloga, de “materia fuera de lugar”.

Culturalmente, por el machismo estructural de las sociedades, la mujer, sus cuerpos y características son la “materia fuera de lugar” por excelencia. Como se verá, en México, se sigue considerando que una mujer fuera de su casa está en un lugar que no le corresponde. Una mujer al frente de un grupo de hombres en una empresa o en la política, se piensa, está ocupando un cargo que un hombre puede hacer mejor.

Pero Mary Douglas nos dice que aquello que está fuera de lugar se encuentra en los márgenes del sistema, y desde su indeterminación puede transformarlo pues cuestiona los estándares de clasificación y de valoración sociales. En los márgenes, nos dice, “hay poder”, porque desde los márgenes fuera de clasificación hay un universo de posibilidades.

Los insights presentados en este libro nos hablan del poder que tienen las mujeres para cuestionar los privilegios patriarcales y transformar los espacios laborales. Amparadas por Xochiquétzal como diosa y arquetipo, las mujeres mexicanas se encuentran, desde su horizonte de posibilidades abiertas, bordando, uniendo y dando belleza a sus mundos domésticos y a sus entornos laborales.

CONTEXTO DE LA POBLACIÓN MEXICANA

En México existen 61.4 millones de mujeres, lo que representa el 51.4 por ciento de la población total.

Distribución porcentual por sexo, según grandes grupos de edad 2015

Grandes grupos de edad	Población		
	Total	Hombres	Mujeres
Estados Unidos Mexicanos	100	48.6	51.4
Cero a 14 años	27.4	28.6	26.3
15 a 59 años	62.2	61.5	62.8
60 y más años	10.4	9.9	10.9

Nota: No se distribuye la población con edad no especificada.

Fuente: INEGI, Encuesta Intercensal 2015. Base de datos.

Cuatro de cada diez mujeres participan en el mercado laboral. Entre las mujeres mexicanas que trabajan, ocho de cada diez⁴ se desempeña en el sector de servicios, que se ha visto como los trabajos “tradicionalmente” propios para ellas; es decir, un sector feminizado porque se asume que la mujer se desempeña mejor en este tipo de áreas que en otras (por ejemplo la industria o la agricultura).

Participación de la mujer mexicana en el sector terciario de la economía⁵:

- Comerciantes (33.1%)
- Servicios diversos (19.3%)
- Servicios sociales (16.8%)
- Restaurantes y hotelería (14.3%)

Sin embargo, seis de cada diez empleos son informales, lo cual deja en situación de vulnerabilidad pues no tienen acceso a muchos de los derechos laborales, como la seguridad social, vacaciones, aguinaldos (vs la situación de los hombres, donde el 49.1 por ciento está en la informalidad). La situación se complica un poco más para mujeres que, además son madres, pues se suma la carga del trabajo doméstico, ya que dedican más del triple del tiempo que los hombres en estas labores.

Aunque la participación de las mujeres en el mercado laboral crece en todo el mundo, México tiene la segunda menor participación de mujeres en la fuerza laboral de la OCDE, detrás de Turquía⁶. Sin embargo, la brecha salarial continúa siendo enormemente injusta tanto en países desarrollados como en emergentes. Según el “Informe Global de la Brecha de Género 2016” elaborado por el Foro Económico Mundial, la brecha salarial a nivel global es del 59 por ciento; México es del 30 por ciento, el más alto en Latinoamérica.

⁴ Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. (2016). México: INEGI.

⁵ Idem

⁶ Bolio, E., Ibarra, V., Rentería, M., & Garza, G. (2018). One aspiration two realities: promoting gender equality in Mexico. Nueva York: McKinsey & Company. Retrieved from <https://www.mckinsey.com/~/media/mckinsey/featured%20insights/americas/one%20aspiration%20two%20realities%20promoting%20gender%20equality%20in%20mexico/one-aspiration-two-realities-promoting-gender-equality-in-mexico.ashx>

Además, tal como se muestra en la siguiente tabla, el nivel de participación de las mujeres mexicanas en el mercado laboral atraviesa un filtro muy estrecho entre las distintas jerarquías organizacionales.

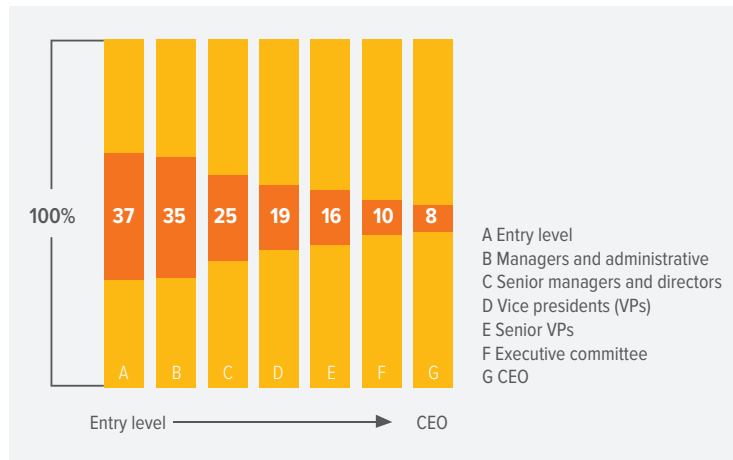


Fig 1. Tabla presentada en el estudio citado de McKinsey sobre la participación de las mujeres mexicanas en las empresas⁷.

⁷ Bolio, E., Ibarra, V., Renteria, M., & Garza, G. (2018). One aspiration two realities: promoting gender equality in Mexico. Nueva York: McKinsey & Company. Retrieved from <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/featured%20insights/americas/one%20aspiration%20two%20realities%20promoting%20gender%20equality%20in%20mexico/one-aspiration-two-realities-promoting-gender-equality-in-mexico.ashx>

⁸ Contexto de la población mexicana. (2017). El Universal.

Percepción de igualdad de género⁸

Ante la pregunta: ¿Cree que la mujer está en iguales condiciones que el hombre?

Donde las opciones de respuestas son: sí está mucho mejor, mejor, peor o mucho peor...

La mujer se percibe en situación de Peor/Mucho peor...

- 55.1% en Salarios
- 52.5% en Acceso a puestos de alto nivel en el gobierno
- 46.2% en Acceso a puestos de alto nivel en empresas
- 43.4% en Libertad de trabajar
- 34.3% en Tiempo para realizar actividades recreativas/ ocio

Principales problemas que enfrentan las mujeres en México:

- 72.9% Falta de oportunidades y empleo
- 74.5% Discriminación por embarazo o hijos

25 INSIGHTS DE LA MUJER MEXICANA QUE TRABAJA

I. BRECHAS LABORALES Y SALARIALES:

1. Tienen restringido el acceso al trabajo

En México se sigue presentado, como fenómeno recurrente una menor incorporación de la mujer al mercado laboral. Las mujeres sienten que hay menores oportunidades de trabajo para ellas. Poder obtener un buen empleo es una de las mayores dificultades que enfrenta una mujer, por encima de las dificultades que afronta un hombre.

- Las mujeres que trabajan representan un 22 por ciento del universo (-7 por ciento que los hombres que trabajan) y de este grupo de mujeres, 64 por ciento son amas de casa, 21 por ciento son jefas de familia y prácticamente una de cada tres (28 por ciento) pertenecen a una familia tradicional con hijos menores de 12 años⁹.

2. Trabajan gratis

Dos terceras partes del trabajo que realizan las mujeres no es remunerado (ONU)¹⁰. Sobre todo, en las labores domésticas que son vistas como un rol asignado a su género y no se concibe como algo que deba retribuirse económicamente, pese a que sí tiene un impacto en el sostenimiento económico de las familias.

- En promedio, las mujeres laboran 74.4 horas, 50 de las cuales las destinan a trabajos no remunerados, como el cuidado del hogar y de personas. El trabajo no remunerado que realizan las mujeres en México representa 23 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB).

⁹ Estudio mujeres mexicanas que trabajan, comportamiento, ocio y entretenimiento. (2019).

México: HR Media.

¹⁰ Calderón, M. (2019). Mujeres mexicanas, las que más trabajan en el continente americano: ONU. Notimex. Retrieved from <http://www.notimex.gob.mx/rbxtotalibre/683845/mujeres-mexicanas-las-que-mas-trabajan-en-el-continente-americano-onu>

3. Reciben un pago injusto

La brecha salarial sigue siendo una realidad, las mujeres perciben menos ingresos por mismos puestos con relación a sus compañeros masculinos. Esta remuneración injusta se asume como algo “normal” y suele pasar desapercibida

- Independientemente de la escolaridad de ambos sexos, las mujeres declaran ingreso promedio menor al declarado por los hombres, pues representa aproximadamente un 38 por ciento de diferencia salarial¹¹.
- Las mujeres empleadas tienen un mayor nivel de estudios que aquellos hombres que tienen empleo. Un 17 por ciento más de mujeres empleadas alcanzan estudios de nivel preparatoria o superior¹².
- Para ilustrar otro elemento de injusticia y desigualdad laboral, en la Península de Yucatán, 6 de cada 10 mujeres que trabajan no tienen acceso a servicios de salud. De igual manera, 60 por ciento de las mujeres que trabajan en esa zona ganan tan solo 1 o 2 salarios mínimos diarios¹³.

II. VIRTUDES QUE SE VUELVEN OBLIGACIÓN

4. Estiran el gasto

En las esferas laborales y cargos públicos a las mujeres les dejan la responsabilidad del “buen cuidado del dinero”, que más que una virtud termina siendo una obligación social que debe cumplir.

- A las mujeres se les atribuye una mayor responsabilidad de ahorro y administración de los recursos que la que se le espera o exige al hombre, ya que se les atribuyen características actitudinales como¹⁴:
 - Mayor compromiso
 - Organización
 - Imparcialidad
 - Mejor cumplimiento de reglas

¹¹ Recopilación de estudios. (2019). México: DINAMIA.

¹² Idem

¹³ Narrativas de las mujeres en la industria laboral en la Península de Yucatán (n.d). México: Segmentos-Research

¹⁴ Banco de Insights. (2018). México: Lexia Insights & Solutions.

5. Deben ser Mediadoras: ni juez, ni parte

La atribución del valor “femenino” de conciliación determina que se espere de las mujeres se desempeñen como aquellas que ayuden a tranquilizar las situaciones de conflicto.

- De ahí que las mujeres conviven en una condición o posicionamiento neutral, pues se hacen a un lado los posicionamientos o las declaraciones que realizan. En México, la voz de la mujer es predominantemente para conciliar y reconciliar. Se le atribuye como una “mediadora por excelencia”.

6. Deben reprimir sus emociones

Al asignarles el rol de conciliadoras y “amables”, se facilita la estigmatización y, por lo tanto, son receptoras de los juicios.

- Una vez aceptado el rol de “mediadora”, se exige que las mujeres tengan bajo control sus emociones, (en particular el enojo y la molestia), de lo contrario se facilita su estigmatización como la mujer histérica, neurótica, mandona, malquerida, etc. Esto se vuelve más notorio conforme la mujer asciende en el escalafón, pues se percibe que, para crecer dentro de una empresa y tener un equipo a su cargo, debe ser “fuerte” y reprimir sus emociones en todo momento.

III. BENEFICIOS FAMILIARES DE LA MUJER QUE TRABAJA

7. Incrementa el consumo

Cuando una mujer trabaja, se incrementan los satisfactores de vida, ya que se puede realizar un consumo doméstico más abundante y mejorar sustancialmente la calidad material de vida de las familias.

- Además de los logros profesionales, la mujer que trabaja tiene acceso a beneficios y/o satisfactores en el hogar, que puede pagar por recursos provenientes por la remuneración de su trabajo, por decir algunos ejemplos:
 - Televisión de paga: 62%
 - 2 autos o más: 12%
 - Servicio de Internet: 63%¹⁵
- También tienen la posibilidad de generar empleo:
 - En la zona sureste del país, 4 por ciento de las mujeres que participan en la economía formal, son empresarias que impulsan mercados y generan empleos¹⁶.
 - A nivel nacional, 37 por ciento de las mujeres que son mamás y trabajan, cuentan con ayuda de una persona que trabaja para apoyar en los quehaceres del hogar¹⁷. Cabe destacar que, la mayoría de las personas trabajadoras del hogar, laboran sin contratos, sin seguridad social ni prestaciones.

¹⁵ Estudio mujeres mexicanas que trabajan, comportamiento, ocio y entretenimiento, (2019), México: HR Media.

¹⁶ Narrativas de las mujeres en la industria laboral en la Península de Yucatán (n.d), México: Segmentos-Research

¹⁷ Tendencias de maternidad en México. (2018), México: Lexia Insights & Solutions.

- Sin embargo, en zonas donde predomina el nivel socioeconómico popular (C-, D+, D, E) como el sureste del país, la mujer urbana y rural ya no tiene elección: tiene que salir a trabajar, pues son generadoras de recursos económicos para solventar los gastos, principalmente en alimentos, educación y movilidad¹⁸.
- *“Antes trabajaba para pagarme mis gustos, hoy es para complementar para el supermercado” (Mujer que trabaja, Península de Yucatán).*

8. Favorecen la participación del hombre en el cuidado del hogar

Al salir al trabajo, cuando se trata de una familia nuclear heterosexual, los hombres, por la necesidad de los horarios y actividades, deben incrementar su participación en el cuidado de los hijos y del hogar.

- La paternidad activa es muy relevante para las mamás mexicanas, pues reconocen que el padre es indispensable en el cuidado de sus hijos:
 - 8 de cada 10 madres mexicanas tienen pareja y prácticamente en la totalidad (95%) consideran Demasiado o Muy Importante el involucramiento del Padre en el cuidado de sus hijos¹⁹.

9. Quieren seguir aprendiendo

Al tener mayores recursos económicos, las familias en las que las madres trabajan pueden destinar tales recursos a escuelas particulares, clases extracurriculares y consumo cultural como literatura, teatro, paseos y/o viajes.

- 54% de las mujeres que son mamás y trabajan de tiempo completo, realizan alguna actividad didáctica:
 - 20% Leer (vs 5% mujeres que son amas de casa)
 - 51% Toman alguna clase / curso (vs 33% mujeres que son amas de casa)²⁰

Así mismo, entre mujeres sin hijos que trabajan, existe interés en destinar sus ingresos para viajar y conocer a partir de esas experiencias.

“Prefiero mil veces irme de viaje y aprender de todo lo que vea, a comprarme un carro o pensar en comprar una casa” (Mujer sin hijos, 25-30 años, NSE C+, CDMX).

¹⁸ Narrativas de las mujeres en la industria laboral en la Península de Yucatán (n.d). México: Segmentos-Research

¹⁹ Tendencias de maternidad en México. (2018). México: Lexia Insights & Solutions.

²⁰ Idem

IV. BIENESTAR Y CUIDADO PERSONAL

10. Se cuidan para sentirse bien

Se está rompiendo el código cultural de la mujer mexicana que era “primero mi familia y luego yo”. Aunque es una realidad que esto sigue prevaleciendo, entre las mujeres que trabajan, existe la idea de que también ellas deben estar saludables y sentirse bien, para así poder cuidar adecuadamente a su familia.

Sin embargo, dicho sentimiento de bienestar tiene distintos matices, en función de las actitudes que tienen hacia la belleza. Hay mujeres que se cuidan para ser “aceptadas por los demás”, o quienes lo hacen para “abrirse puertas y lograr lo que se proponen”, mientras que algunas otras simplemente buscan “proyectar quiénes son, a partir de su personalidad”.²¹

Así, la belleza no se reduce a la apariencia física; la belleza es un sentimiento: la mujer mexicana busca sentirse bien y utiliza la belleza como un vehículo para lograr su tranquilidad y autoaceptación. Existen 7 arquetipos, o actitudes hacia la belleza:

- Llave: la belleza abre puertas. Todo es sobre atributos y arreglo físico.
- Tesoro: la belleza es el interior de cada persona.
- Medalla: la belleza es entregarse a los demás y que lo reconozcan.
- Balanza: la belleza es el equilibrio entre el interior y el exterior.
- Estrella: la belleza es proyectar la personalidad; brillar con luz propia.

- Tintero: la belleza es autoaceptación, sin importar el resto del mundo.
- Nota musical: la belleza es armonía.

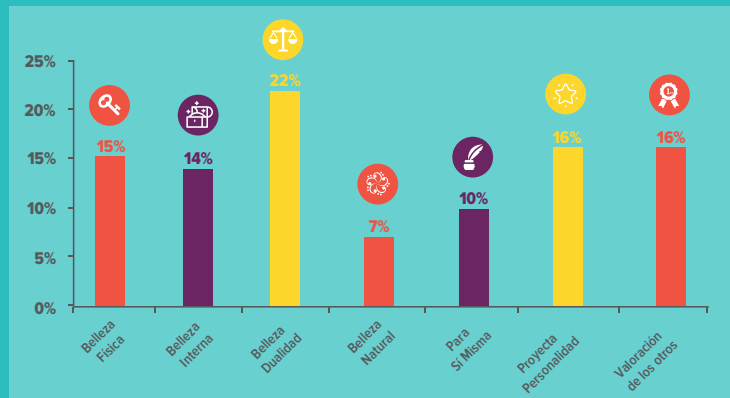


Fig. 2. Arquetipos de la Mujer Mexicana^{22*}

- “Yo sí me cuido, porque si yo no estoy bien, fuerte y sana, ¿cómo voy a poder cuidar a mi familia?” (Profesionista, NSE C, CDMX).
- “Siempre busco verme bien... porque me hace sentirme bien conmigo misma” (Profesionista, 28 años, NSE D+/D, Sonora).
- “Uno se esmera por su familia, pero no debes descuidarte a ti, porque dependen de ti” (Trabajadora independiente, NSE D+, Guadalajara).

²¹ La mujer mexicana y sus signos de belleza. (n.d.). México: Lexia Insights & Solutions.

²² Idem.

*Sin diferencias significativas entre mujeres que trabajan, mujeres que estudian y amas de casa.

11. Se estresan en la búsqueda del equilibrio

Las actividades de autocuidado, coaching, terapias alternativas, yoga, dieta, tienen la función de equilibrar sus vidas. Así mismo, esto demuestra su capacidad de equilibrar, mediar o bordar entre su vida personal (casa, hijos, amigos, pasatiempos, estudios, etc.) y sus actividades profesionales.

El arquetipo “Balanza” es el que predomina entre las mujeres mexicanas, y refiere a la combinación entre el físico y los sentimientos, lo cual genera bienestar cuando se alcanzan ambos objetivos; sin embargo, genera conflicto en la búsqueda del equilibrio, ya que se tienen que cumplir expectativas propias y de otras personas.

- *“Yo soy mamá. Pero también trabajo, vendo mis cosas... en estos días una debe hacerle de todo un poco, si no, no sale” (Trabajadora independiente, NSE D+, CDMX).*
- *“Lo que me hace sentirme plena es alcanzar mi bienestar personal, en mis relaciones familiares, noviazgo, amigos y bienestar profesional cumpliendo metas y objetivos satisfactoriamente: todo esto es el equilibrio natural de la felicidad” (Profesionista, sin hijos, 27 años, B/C+, CDMX).*
- *“Atender el negocio, pero también atender la casa. No se debe descuidar ninguno” (Trabajadora independiente, NSE D+, Monterrey).*

12. Destacan lo que comunica quienes son: sus ojos y su piel

Los ojos son la ventana del alma y la proyección de la personalidad, además de representar la presión del mundo externo. Los ojos son el elemento que enmarca y resalta su personalidad, estado de ánimo y actitud ante la vida; representan sabiduría y, al mismo tiempo, las presiones del entorno ya que en ocasiones se sienten en la mira y juicio de los demás, influyendo en sus sentimientos de belleza.

- Para la mujer mexicana, es muy importante destacar la mirada, pues los ojos representan “la ventana al alma y de su personalidad” y es la manera en que logran verse “arregladas” sin tener que utilizar otro tipo de productos de color.
- 75 por ciento de las mujeres mexicanas (trabajen o no) utilizan por lo menos un producto para “destacar la mirada” (ya sea delineador para ojos, mascara de pestañas, delineador o sombra para marcar las cejas).
- 9 por ciento de las mujeres mexicanas (trabajen o no) utilizan algún producto para los labios (ya sea lipstick, gloss, humectante)²³.

²³ La mujer mexicana y sus signos de belleza. (n.d.). México: Lexia Insights & Solutions.

V. CICLOS DE VIDA Y SEXUALIDAD

13. No saben ligar

Para la mujer mexicana la piel es el órgano más importante, pues mediante ella se expresa estatus, se proyecta su imagen y se comunica sus gustos. Las mujeres mexicanas en entornos laborales buscan, por tanto, una piel limpia, cubierta o descubierta dependiendo de la situación. Debe señalarse que existe una tendencia hacia el “emblanquecimiento” de la piel producto del clasismo imperante en nuestro país. La piel “clara” proyecta limpieza y estatus.

- En promedio, es a los 21 años que la mujer mexicana se empieza a cuidar la piel de la cara, principalmente para hidratarla. Sin embargo, es hasta los 30 años que en realidad toman consciencia del deterioro y del paso del tiempo, por lo que incorporan más productos para su cuidado, como el bloqueador solar²⁴.

En su soltería, las mujeres se encuentran en el dilema de tener una pareja por requisito social o por voluntad. No tener una pareja a partir de los 30 de los años de vida se toma como una señal de ser una mujer intratable, que “no sabe” tener una relación estable, y esto se puede interpretar como una incompetencia para tener puestos laborales y cargos de mando. Sin embargo, también existe la percepción de que las mujeres que trabajan y no tienen pareja, son más “entregadas a su trabajo y a su crecimiento profesional”, ganando, nuevamente, estigmas como la mujer “*workaholic*”, “inalcanzable”, “intratable”, “indomable”.

- “Una semana más que pasa, una semana que ni el pachequito, ni la *workaholic*, ni la que fue a la India a “encontrarse” encuentran novio o pareja estable” (Conversación en Twitter en torno a estereotipos que no encuentran pareja).

²⁴ La mujer mexicana y sus signos de belleza. (n.d.). México: Lexia Insights & Solutions.

14. Tienen un dilema: ¿ser mamá o crecer en el trabajo?

La maternidad voluntaria es un gran dilema para las mujeres que trabajan. Cada vez se está prolongando más el tiempo de espera para tener el primer hijo. Sin embargo, la gran preocupación es no tardarse demasiado, pues sienten que van “contra el reloj biológico”. Ser madre o profesionalista, sigue siendo el dilema.

- Dedicarse solo a ser ama de casa o seguir trabajando es una decisión que cuesta mucho trabajo porque implica considerar cambios radicales no solo para la mujer sino para todo su entorno y, además, siempre van a estar sometidas a la crítica social y a prácticas discriminatorias, sea la que sea la decisión que tomen²⁵.
- “—Te la venden que es muy fácil trabajar y ser mamá, pero la verdad no —Tienes que cumplir con el trabajo, no hay chance de que te equivoques, porque (en el trabajo) no se ponen a ver que eres mamá y que llegaste desvelada porque el niño tuvo fiebre, aquí cumples o te vas —Es doble presión, además estar al pendiente del teléfono porque si te llaman para cualquier cosa y tú en junta, o con tu jefe y ni modo de decirle péreme tantito porque me llaman de la guardería —O la angustia de que el niño está malito y tú tienes que dejarlo y no te lo aceptan en la

guardería, entonces checas a ver si tu mamá te lo puede cuidar, o con la vecina —Qué angustia” (Estudio Revista, Sesión de grupo, madres que trabajan, NSE C típico, Ciudad de México, 2016).

- *Lo que más me costó trabajo fue dejar de trabajar (...) ganaba bien y ahora nos tuvimos que atener a lo que gana mi marido (...) pero es que la nena me necesita y está primero ella (...) yo decía “me voy a aburrir, no voy a tener nada qué hacer” y pues mira, tengo todo el tiempo ocupada, y eso solo con ésta, ahora que llegue el otro a ver cómo me va” (Estudio de Quesos, Etnografía, Mujer embarazada con hija menor de 3 años, NSE C típico, Monterrey, 2016).*

15. Se transforman con la Menopausia: desaparecen las princesas, aparecen las brujas

Para las mujeres que pasan los cincuenta años suele haber una gran cantidad de estigmas y prejuicios. Se considera que estas mujeres son “menopáusicas” y por lo tanto ya no pueden cumplir el rol de “conciliadoras” ni ser tiernas. Suele decirse que se trata de mujeres “masculinizadas” y representan un riesgo para los hombres porque pueden ser más agresivas para obtener puestos.

- “Pobre, se le nota la presión, viene del gimnasio y no ve resultados. Se le vinieron los calores de la menopausia; quizás un par de hijos adolescentes indiferentes a su drama, un marido que prefiere su Harley, una millennial a punto de quitarle su puesto de trabajo...” (Conversación en Twitter en torno a una mujer a la que se le atribuye menopausia).

²⁵ Las dos caras de la moneda: recopilación de estudios cualitativos durante 2016. (2016). México: ISOPOMER.

VI. TIEMPO LIBRE Y ESPARCIMIENTO

16. Se sienten mal si no comparten: la culpa de la soledad

Hacer algo para ellas mismas, sobre todo en cuanto a consumo y uso del dinero que ganan, es un evento que les genera culpa, pues los mandatos culturales de maternidad (¡aun cuando no sean madres!) pesan diciéndoles que deben compartir con su familia. Estar sola o disfrutar cosas sola, todavía es un desafío para las mujeres que trabajan en México.

- “A veces yo sí voy y me compro algo para mí. Luego no es fácil, sí me siento como haciendo algo indebido, jajaja... pero hay que acostumbrarse también a estar solas” (Profesionista, C+. CDMX).

17. Terminan complaciendo

A pesar de ser mujeres que también priorizan su propio bienestar, cuando se trata de convivir, algunas veces sacrifican sus propios gustos, o bien, asumen como propios los gustos de sus parejas, hijos, familiares o amigos, sobre todo si se trata de decisiones de paseos, cine o viajes de vacaciones.

- “Pues yo quiero ver una película, pero ellos (esposo e hijos) no les gusta, y hay que ver la que a ellos les gusta por convivir. Ya después con mis amigas o sola puedo ver la que yo quiero” (Profesionista, C+, Monterrey).

18. Se empoderan cuando vencen sus propias barreras

Generalmente, cuando la mujer trabaja suele orientar el consumo al gusto de su familia; sin embargo, cuando logran “romper barreras culturales”, como los prejuicios, estereotipos, o la falta de confianza en sí mismas, logran empoderarse y tomar decisiones que las favorezcan a ellas, por encima de los demás. Es cuando la mujer adquiere un sentido de empoderamiento y autodeterminación.

- 91 por ciento de mamás que trabajan de tiempo completo, suelen tener actividades de esparcimiento:
 - Ir de compras 70%
 - Salir a pasear 67%
 - Salir con sus amigas 39%²⁶

²⁶ Tendencias de maternidad en México. (2018). México: Lexia Insights & Solutions.

VII. MOVILIDAD Y ESFERA PÚBLICA

19. Enfrentan un peligroso campo de batalla: el transporte público

Para trasladarse a sus trabajos, en el uso del transporte público, las mujeres viven a la defensiva. En la Ciudad de México y Zona Metropolitana, los espacios asignados “exclusivamente para mujeres” en metro o Metrobús son insuficientes y deben, muchas veces, viajar en los otros lugares, provocando el enojo de parte de los hombres y les coloca en vulnerabilidad por estar “fuera de lugar”. En el transporte público las mujeres luchan día a día por ser respetadas en su cuerpo e integridad.

- 7 de cada 10 mujeres mexiquenses afirma que ha sido víctima de algún delito en vía pública, donde destaca que aquellas que cuentan con un empleo remunerado son las que más se han enfrentado a este tipo de situaciones, ya sea ellas mismas o algún miembro de su familia²⁷.
- Las mujeres mexiquenses tienen una mayor percepción de inseguridad de los lugares que más frecuentan en su día a día en comparación con los hombres. El 85 por ciento de las mujeres se siente más vulnerable en el uso del transporte público y el 80 por ciento en la calle²⁸.

20. Están indefensas frente al acoso

Las mujeres consideran que no existen mecanismos adecuados de seguridad, denuncia y acción ante los casos de acoso. En las esferas laborales deben tolerar muchas situaciones de acoso y violencia. Existe el criterio de que se debe terminar con el acoso, pero en la actualidad, las estructuras organizacionales y los mecanismos de justicia siguen estando en su contra.

- En un estudio reciente donde, entre otros temas, se evaluó la percepción que tienen las mujeres en cuestiones sobre violencia de género se les preguntó si las siguientes acciones eran una forma de violencia o no y encontramos que: Las mujeres sin empleo tienden a normalizar más la violencia de género. Es decir, no reconocen algunas acciones como violentas; por ejemplo: *Pensar que las mujeres provocan a los hombres por su forma de vestir, Que sea normal decir un piropo a las mujeres, El hecho de que un hombre gane más dinero en el mismo puesto que una mujer, Pensar que la crianza de los hijos es solo responsabilidad de la mujer, Que sea normal que los hombres revisen el celular y redes sociales de su pareja, Que las mujeres dejen de interactuar con otras personas por celos de su pareja, Manosear o tocar a una mujer sin su consentimiento, Que un hombre obligue a su pareja a tener relaciones sexuales aún si ella no quiere.*

De lo anterior 25.6 por ciento de las mujeres no reconoce ninguna o hasta 5 acciones como formas de violencia, mientras que el 31.9 por ciento de los hombres lo percibe de la misma manera. Lo que refleja una fuerte tendencia a normalizar las actitudes evaluadas o en el peor de los casos a no identificarlas como acciones violentas²⁹.

²⁷ Recopilación de estudios. (2019). México: DINAMIA.

²⁸ Ídem.

²⁹ Ídem

21. Perciben que sí hay inseguridad y violencia diferenciada

Las mujeres que trabajan sienten que sí existe una violencia específica hacia las mujeres, y que los feminicidios deben ser considerados como tales. Sin embargo, consideran que no hay mecanismos de justicia que atiendan adecuadamente, ni en prevención ni en procuración de justicia.

- El tema de la inseguridad se percibe más grave entre las mujeres que trabajan ya que consideran que es uno de los principales problemas de su entidad.
- En el país, el 66.1 por ciento de las mujeres mayores de 15 años ha sufrido algún tipo de agresión, mientras que en un 43.9 por ciento, los causantes son sus esposos o parejas; sin embargo, de acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), la violencia se presenta en todos los ámbitos y por parte de agresores diversos, que incluyen también a familiares y desconocidos³⁰.

- De acuerdo con una encuesta nacional sobre la percepción de la eficiencia del sistema de alerta de género en la República Mexicana, se tienen los siguientes datos³¹:
 - 97% de mujeres que trabajan, perciben que existe violencia de género contra las mujeres.
 - 59% conceptualiza Feminicidio como “asesinato de una o varias mujeres”; sin embargo, un 13% de las mujeres entrevistadas no sabe a qué se refiere el término.
 - 5 de cada 10 mujeres que trabajan saben que existe la Alerta de Género contra las Mujeres.
 - 81% menciona no conocer de alguna acción que haya implementado el Gobierno en su municipio para disminuir la violencia contra las mujeres.

³⁰ Jiménez, N. (2018). México, país violento para las mujeres: estudio. La Jornada. Retrieved from <https://www.jornada.com.mx/ultimas/2018/07/04/mexico-pais-violento-para-las-mujeres-estudio-6682.html>

³¹ Percepción de la Eficiencia del Sistema de Alerta de Género en la República Mexicana. Encuesta telefónica. México: Target Consulting

VIII. SEXISMO Y DESAFÍOS LABORALES

22. Trabajan desde el clóset

Las mujeres LGTBI consideran que vivir abiertamente su orientación sexual les traería muchos conflictos y prefieren reservarla a fin de no tener problemas e incluso, no “incomodar” a sus demás compañeros

- En la actualidad, para muchas mexicanas LGTBI, ser económicamente activas es sinónimo de no “salir del clóset” dentro de sus lugares de trabajo por miedo a ser discriminadas, violentadas, perder su trabajo, distinción de trato, no tomarlas en serio, no querer incomodar, etc. Lo cual conlleva a obligarlas a ser invisibles, un impacto en su disminución de su calidad de vida, aislamiento social, problemas de salud mental y bajo rendimiento³².
- Tres de cada diez³³ personas que se identificaron como parte de la comunidad LGBTI han sufrido algún tipo de discriminación.
 - *“Mi orientación es algo que no comento porque dentro de mi ámbito laboral (escolar/educativo) se escuchan muchos comentarios homofóbicos, entonces prefiero dejarlo como algo personal para que no interfiera. Obviamente es un factor que no interviene con la calidad de mi trabajo, pero por las ideas incorrectas que existen muchas personas creen que sí. Por prevención y por miedo a perder mi trabajo es que lo he callado.” (Psicóloga, 24 años, Lesbiana)*
 - *“El hecho ya de ser mujer en el ámbito de la construcción es difícil porque es un ambiente muy machista, entonces yo ya he optado por no decir nada sobre mi orientación sexual para prevenir 2 cosas: una que me digan comentarios típicos como el de “yo te lo quito” y la otra para que me respeten y tomen en cuenta mi autoridad porque me desempeño en puestos de alto rango y es común que si se enteran de esto te traten diferente, ya sean directivos o también trabajadores de la obra” (Arquitecta, 31 años, Lesbiana)*

³² Galván, Sahian (2019) La otra cara del arcoíris: Mexicanas LGTBI en los ambientes laborales. México: AAGA Marketing

³³ Encuesta Nacional sobre Discriminación. (2017). INEGI

23. Tienen que “aguantar vara”

El sentido del humor, las palabras, los chistes y comentarios en los lugares de trabajo tienen un alto contenido sexista que suele ser aminorado por su carácter de “broma”. Sin embargo, este sexismo con humor provoca situaciones reales de discriminación y estigmatización hacia las mujeres.

- Expresiones como “calladita te ves más bonita” o “la que no enseña no vende”, demeritan el valor, talento y habilidades de las mujeres en el ámbito laboral³⁴.
- Dichas frases buscan poner a la figura femenina como sinónimo de debilidad, de ofensa o inferioridad.

³⁴ Frases sexistas que hombres y mujeres debemos dejar de decir para promover la igualdad de género. (2018). México: Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia Contra las Mujeres. Retrieved from <https://www.gob.mx/conavim/articulos/frases-sexistas-que-hombres-y-mujeres-debemos-dejar-de-decir-para-promover-la-igualdad-de-genero?idiom=es>

24. Viven su maternidad como castigo: “fuera de lugar”

Al tener asignados los valores de maternidad y cuidado del hogar, una mujer que trabaja y es madre tiene en contra un sistema cultural. No existen políticas que favorezcan que la maternidad y la vida laboral compaginen. En algún punto, se debe decidir “dar prioridad a uno u otro”. Por ejemplo, no existen espacios adecuados de lactancia en la gran mayoría de las empresas, tampoco se respetan los tiempos de maternidad, los horarios suelen ser poco flexibles para atender contingencias familiares. Al no estar plenamente en su hogar como madres, los entornos laborales se encargan de recordarles que no están en el lugar correcto y que, si no quieren esas dificultades, regresen a sus casas.

- Independientemente del nivel socioeconómico, socio-cultural, o bien, que cuente o no con empleo, la principal asociación que se tiene hacia las mujeres es la maternidad.
- “(...) Ay no pérame, claro que si trabajo ¿Tú crees que andar atrás de los chamacos no es trabajo? Y además es muy demandante, ya extraño tener un horario (...) cuando trabajaba a las 6 salías y ya te ibas con tus amigos, podías desvelarte, desde el jueves agarrabas la fiesta y el fin de semana era solo para ti (...) ahora no tienes horarios, todo el tiempo estás a disposición de lo que necesitan (los niños) desde que amanece y hasta la madrugada (...) para que luego digan que no es trabajo, como si te la pasaras en el spa todo el día.” Estudio de pañales, Etnografía, Mujer poligesta NSE AB, Ciudad de México, 2016



CONCLUSIÓN

25. TEJIENDO LA IGUALDAD

En los insights que se han presentado, se pueden ver muchos dilemas que atraviesan las mujeres que trabajan en México, y la difícil conciliación entre su vida interior con sus gustos e intereses y los roles sociales que debe cumplir, entre su responsabilidad en la casa y sus desafíos profesionales. Las mujeres que trabajan en México tejen todos los días caminos de diálogo entre los dos entornos de su vida (casa/trabajo) y buscan crear mejores condiciones para ellas y para quienes aman.

En la medida en que la sociedad y la cultura se transformen, a partir de los retos al sistema que nos ponen estas mujeres entre dos mundos, al mejorar equitativamente regímenes y condiciones laborales que tiene incidencia política y empresarial, al mejorar el diálogo intrafamiliar y la vinculación entre mujeres que sostienen su hogar, al mismo tiempo que también son proveedoras de satisfactores, todos podremos ver una mejora en nuestra calidad de vida.





¿QUÉ SE PUEDE HACER?

Las organizaciones y empresas tienen la posibilidad de generar normas y políticas que favorezcan las condiciones de igualdad y equidad para sus colaboradores. Acciones concretas que ayudan a ello:

1

Eliminar brecha salarial.

3

Implementación de esquemas flexibles y home office para todas y todos

2

En la búsqueda de talento, implementar reclutamiento ciego (solo considerar la experiencia y talento técnico; eliminar cuestiones vinculadas a edad, estado civil, familiar, identidad y expresión de género).

4

Apoyos para que todas y todos puedan tener días con goce de sueldo para que puedan atender algún tema importante sin ser sancionados (por ejemplo: permisos para atender alguna situación con sus hijos; permisos para realizar algún trámite, etc.).



5

Dar contratos de trabajo a todas y todos.

6

Garantizar la seguridad social a todas y todos.

7

Implementar u organizar sistemas de transporte para sus empleados, donde al incluir a mujeres y a hombres se puedan generar ambientes más seguros y de bienestar compartido (contratación de unidades, incentivos económicos para compartir autos, etcétera).

8

Crear sus propios sistemas de estancia infantil para eventualidades o necesidades extraordinarias para (días de consejo técnico en las escuelas de los hijos, otros días feriados en las escuelas, etcétera).

9

Crear y promover espacios apropiados como mesas de discusión, conferencias y/o campañas que eduquen sobre cuestiones de género e igualdad.

10

Incorporar políticas de inclusión y protocolos anti discriminación, pero sobre todo se necesitan más empresas que asuman públicamente su compromiso con la igualdad, equidad, diversidad sexual y actúen en pro de la no discriminación para ningún grupo, de tal manera que todas y todos puedan ser visibles y expresarse con libertad.

11

Plantear y dibujar varios modelos de éxito, no sólo el dominante “masculinizado” (que se asocia a la fuerza, rigor, exigencia, imposición, dominación), sino mostrar *role models* con distintos perfiles. Es fundamental mostrar variedad de liderazgos, que se vinculan con la personalidad y estilo de cada persona.

12

Como anunciante, también es importante generar mensajes que eliminen los estereotipos que favorecen la desigualdad.

“Avanzar en la mejora de la igualdad de género requiere un compromiso verdadero por parte de las empresas y la dedicación de los directivos que tienen poder para provocar cambios. Hemos podido comprobar de primera mano que cuando esto es una prioridad, las mujeres con talento pasan de sobrevivir a triunfar, lo que supone un triunfo para la compañía y mucho más”.

Sandy Hoffman, responsable de inclusión global de LinkedIn.

FUENTES CONSULTADAS

- Banco de Insights. (2018). México: LEXIA Insights & Solutions.
-
- Bolio, E., Ibarra, V., Rentería, M., & Garza, G. (2018). One aspiration two realities: promoting gender equality in Mexico. Nueva York: McKinsey & Company. Retrieved from https://www.mckinsey.com/~/media/mckinsey/featured_insights/americas/one_aspiration_two_realities_promoting_gender_equality_in_mexico/one-aspiration-two-realities-promoting-gender-equality-in-mexico.ashx
-
- Calderón, M. (2019). Mujeres mexicanas, las que más trabajan en el continente americano: ONU. Notimex. Retrieved from <http://www.notimex.gob.mx/ntxnotaLibre/683845/mujeres-mexicanas-las-que-m%E1s-trabajan-en-el-continente-americano-onu>
-
- Contexto de la población mexicana. (2017). El Universal.
-
- Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. (2016). México: INEGI.
-
- Encuesta Nacional sobre Discriminación. (2017). INEGI
-
- Estudio mujeres mexicanas que trabajan, comportamiento, ocio y entretenimiento. (2019). México: HR Media.
-
- Estudio la otra cara del arcoíris: Mexicanas LGBTI en los ambientes laborales. (2019). México: AAGA Marketing
-
- Estudio sobre la Percepción de la Eficiencia del Sistema de Alerta de Género en la República Mexicana. Encuesta telefónica. México: Target Consulting.
-
- Frases sexistas que hombres y mujeres debemos dejar de decir para promover la igualdad de género. (2018). México: Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia Contra las Mujeres. Retrieved from <https://www.gob.mx/conavim/articulos/frases-sexistas-que-hombres-y-mujeres-debemos-dejar-de-decir-para-promover-la-igualdad-de-genero?idiom=es>
-
- Granados, Ó. (2019). La mujer latina sigue a la cola del mercado laboral. El País. Retrieved from https://elpais.com/economia/2019/03/07/actualidad/1551949955_972742.html
-
- Jiménez, N. (2018). México, país violento para las mujeres: estudio. La Jornada. Retrieved from <https://www.jornada.com.mx/ultimas/2018/07/04/mexico-pais-violento-para-las-mujeres-estudio-6682.html>
-
- La mujer mexicana y sus signos de belleza. (n.d.). México: LEXIA Insights & Solutions.
-
- Las dos caras de la moneda: recopilación de estudios cualitativos durante 2016. (2016). México: ISOPOMER.
-
- Narrativas de las mujeres en la industria laboral, en la Península de Yucatán (n.d). México: SEGMENTOS-RESEARCH
-
- Recopilación de estudios. (2019). México: DINAMIA.
-
- Tendencias de maternidad en México. (2018). México: LEXIA Insights & Solutions.



CRÉDITOS

Vázquez Villegas Teody María, MARES Consumer Intelligence

Méndez Yáñez Raúl, LEXIA Insights & Solutions

Zavala Ramírez María del Rosario, LEXIA Insights & Solutions

Carrillo Yvon, DINAMIA

Guerrero Rosario, DINAMIA

Vega Plasencia Karina, LEXIA Insights & Solutions

Agradecemos a todas y todos su colaboración en la sistematización de información, análisis y construcción del presente documento.

Agradecemos al Presidente de AMAI, Dr. Claudio Flores Thomas por la iniciativa de crear, por primera vez, el Comité de Igualdad en la asociación.

Destacamos la participación de las agencias pertenecientes a la AMAI que contribuyeron con aportación de insights:





