

MUJERES EMPRENDEDORAS

CON EDUCACIÓN FINANCIERA

GABRIEL OLIVERAS BAXIN



ISBN: 978-607-59655-2-9



9 786075 965529

MUJERES EMPRENDEDORAS

CON EDUCACIÓN FINANCIERA

GABRIEL OLIVERAS BAXIN

EDITORIAL

©RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C. 2023



EDITA: RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C.
DUBLÍN 34, FRACCIONAMIENTO MONTE MAGNO
C.P. 91190. XALAPA, VERACRUZ, MÉXICO.
CEL 2282386072
www.redibai.org
redibai@hotmail.com

ISBN: 978-607-59655-2-9



Sello editorial: Red Iberoamericana de Academias de Investigación, A.C.
(978-607-59655)
Primera Edición, Xalapa, Veracruz, México.
No. de ejemplares: 2
Presentación en medio electrónico digital
Formato PDF 3 MB
Fecha de aparición 03/05/2023
ISBN 978-607-59655-2-9

Xalapa, Veracruz. México a 26 de abril de 2023

DICTAMEN EDITORIAL

La presente obra fue arbitrada y dictaminada en dos procesos; el primero, fue realizado por el **COMITÉ EDITORIAL RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C.** con sede en México; que sometió a los capítulos incluidos en la obra a un proceso de dictaminación a doble ciego para constatar de forma exhaustiva la temática, pertinencia y calidad de los textos en relación a los fines y criterios académicos de la misma, cumpliendo así con la primera etapa del proceso editorial. El segundo proceso de dictaminación estuvo a cargo del **COMITÉ CIENTÍFICO RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C.**; donde se seleccionaron expertos en el tema para la evaluación de los capítulos de la obra y se procedió con el sistema de dictaminación a doble ciego. Cabe señalar que previo al envío a los dictaminadores, todo trabajo fue sometido a una prueba de detección de plagio. Una vez concluido el arbitraje de forma ética y responsable y por acuerdo del Comité Editorial y Científico de la Red Iberoamericana de Academias de Investigación A.C. (REDIBAI), se dictamina que la obra **“Mujeres emprendedoras con educación financiera”** cumple con la relevancia y originalidad temática, la contribución teórica y aportación científica, rigurosidad y calidad metodológica, actualidad de las fuentes que emplea, redacción, ortografía y calidad expositiva.

Dr. Daniel Armando Olivera Gómez

Director Editorial

Sello Editorial: Red Iberoamericana de Academias de Investigación, A.C.

(978-607-59655)

Dublín 34, Residencial Monte Magno

C.P. 91190. Xalapa, Veracruz, México.

Cel 2282386072

Xalapa, Veracruz. México a 03 de mayo de 2023

CERTIFICACIÓN EDITORIAL

RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C. (REDIBAI) con sello editorial **No. 978-607-59655** otorgado por la Agencia Mexicana de ISBN, hace constar que el libro **“Mujeres emprendedoras con educación financiera”** registrado con el **ISBN 978-607-59655-2-9** fue publicado por nuestro sello editorial con fecha de aparición del 03 de mayo de 2023 cumpliendo con todos los requisitos de calidad científica y normalización que exige nuestra política editorial.

Fue evaluado por pares académicos externos y aprobado por nuestro Comité Editorial y Científico.

Todos los soportes concernientes a los procesos editoriales y de evaluación se encuentran bajo el poder y disponibles en Editorial **RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C. (REDIBAI)**, los cuales están a disposición de la comunidad académica interna y externa en el momento que se requieran. La normativa editorial y repositorio se encuentran disponibles en la página **<http://www.redibai-myd.org>**

Doy fe.

Dr. Daniel Armando Olivera Gómez

Director Editorial

Sello Editorial: Red Iberoamericana de Academias de Investigación, A.C.
(978-607-59655)

Dublín 34, Residencial Monte Magno

C.P. 91190. Xalapa, Veracruz, México.

Cel 2282386072

MUJERES EMPRENDEDORAS

CON EDUCACIÓN FINANCIERA

GABRIEL OLIVERAS BAXIN



ISBN: 978-607-59655-2-9



9 786075 965529

INDICE	2
RESUMEN	4
ABSTRACT	6
INTRODUCCIÓN	7

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO

1.1	Antecedentes de los estudios de género	9
1.2	La Teoría de género	12
1.3	El género en México: Ausente y Necesario	20
1.4	Las mujeres y la crisis económica	27
1.5	Las mujeres rurales y las políticas públicas	29
1.6	El surgimiento de una cultura empresarial Femenina	31

CAPÍTULO II. EDUCACIÓN FINANCIERA

2.1	Consecuencias de la educación financiera	34
2.2	La educación financiera: un aliado en el manejo de tus finanzas	36
2.3	El presupuesto como parte de la educación Financiera	38
2.4	La esencia para la libertad financiera	41

CAPÍTULO III. MARCO REGIONAL

3.1	El Estado de Veracruz	48
	3.1.1 Ubicación geográfica y datos generales de la zona	48
	3.1.2 Datos sociodemográficos	49
	3.1.3 Datos económicos	51

3.2 El Municipio de Veracruz	61
3.2.1 Ubicación geográficas	61
3.2.2 Datos sociodemográficos	62
3.2.3 Datos económicos	64
3.3 La zona de estudio	69
3.3.1 Localización de la zona de estudio	69
3.3.2 Descripción de la zona de estudio	70
3.3.2.1 Diagnóstico de la zona	72
CAPITULO IV DISEÑO METODOLOGICO	
4.1 Método de Investigación	75
4.2 Análisis y Resultados	77
CONCLUSIONES	83
RECOMENDACIONES	85
BIBLIOGRAFIA	87
GLOSARIO DE TERMINOS	89
ANEXOS	92

RESUMEN

En los últimos decenios el número de empresas creadas o impulsadas por mujeres en todo el mundo ha experimentado un crecimiento importante, lo que implica que la actividad empresarial femenina está acortando las distancias con el empresario masculino y la disparidad entre los hombres y las mujeres en esta categoría se han reducido notablemente.

Para actuar como empresarias, las mujeres han desarrollado una serie de aptitudes, cualidades y habilidades muy apreciables para desempeñar cualquier tipo de trabajo, pues administran económicamente la familia, cuidan de su organización reparten y delegan responsabilidades, dan incentivos a los hijos, educan y negocian, pactan, aconsejan.

Este trabajo de investigación tiene como objetivo en particular siendo el de Identificar el nivel de educación financiera que desarrollan las microempresarias para contender en el mercado.

Así mismo se describen en el capítulo 1 hace referencia a los elementos teóricos indispensables para comprender los ejes que se entrelazan en esta investigación: estudios de género y desarrollo histórico del diseño de políticas públicas dirigidas a las mujeres, en él se abordan los conceptos de género, cultura, género y epistemología.

En el capítulo 2, se desarrollan los temas educación financiera, el presupuesto como parte de la educación financiera, la esencia para la libertad financiera.

El capítulo 3 proporciona una descripción del Marco regional, ubicación geográfica y datos generales del estado de Veracruz, información del Municipio de Veracruz, para posteriormente elaborar una breve reseña de la zona de estudio.

En el capítulo 4, se describe el Diseño metodológico, es aquí donde se hace el planteamiento del problema de la investigación, el objetivo central, así como la hipótesis que la guían se indican las técnicas cualitativas y cuantitativas empleadas en el trabajo de campo, y por último los análisis y resultados del trabajo de investigación.

Posteriormente, se dan las conclusiones que se derivan del análisis anterior, para llegar a la presentación de las recomendaciones se expone en el documento previo.

ABSTRACT

In recent decades the number of businesses created or driven by women around the world has experienced significant growth , implying that female entrepreneurship is shortening distances to male entrepreneur and the disparity between men and women in this category have been reduced considerably.

To act as entrepreneurs, women have developed a range of skills, qualities and abilities to perform very noticeable any job , for family manage financially , take care of your organization split and delegate responsibilities , provide incentives to the children educate and negotiate , a pact , they advise .

This research aims in particular to be to identify the level of financial education that develop microentrepreneurs to contest the market.

Also described in Chapter 1 refers to the essential theoretical insights axes that are intertwined in this research : gender studies and historical development of the design of public policies aimed at women, gender concepts he addressed , culture, gender and epistemology.

In Chapter 2 , the financial education , the budget as part of financial education, financial freedom essence to develop themes .

Chapter 3 provides a description of the regional framework , geographical location and general data of the state of Veracruz, Veracruz information Township , later to develop a brief overview of the study area .

In Chapter 4, the methodological design is described , this is where the problem statement of the research is done, the main objective as well as the assumptions that guide the qualitative and quantitative techniques used in the field are indicated , and Finally the analysis and results of the research .

Subsequently, the conclusions derived from the above analysis, to arrive at the presentation of the recommendations outlined in the previous document are given.

INTRODUCCIÓN

Desde hace varios años las mujeres hicieron acto de presencia en el sector económico en donde apenas se conocían y donde actualmente participan como microempresarias.

El camino hacia la igualdad de las mujeres en México ha sido difícil y lento pero ininterrumpido en el avance en el mundo empresarial.

Lo que vale el enorme esfuerzo que las mujeres empresarias realizan al iniciar un negocio, porque es cierto las mujeres tienen que vencer muchos más obstáculos que los hombres para ingresar, desarrollarse y crecer en el ámbito económico, para poder desarrollarse y alcanzar su autonomía económica, las mujeres requieren acciones afirmativas que les permitan compatibilizar tareas productivas.

La cultura familiar puede fomentar o limitar las opciones de las féminas con la consiguiente ampliación o reducción de oportunidades, durante mucho tiempo las mujeres repitieron los patrones y modelos de dirección del mundo masculino para administrar sus negocios.

Son muchas las empresarias que tras una revisión de las antiguas estructuras, han encontrado soluciones féminas a la dirección de su negocio. En esta búsqueda han descubierto una mayor flexibilidad, capacidad de dialogo y empatía que favorezcan su forma de hacer las cosas. Es muy usual que las mujeres tienen menos recursos económicos para montar una empresa y por eso le dedican más horas. Además son multifuncionales, la hacen de secretaria, recepcionista y lo que sea necesario para el desarrollo y crecimiento de la empresa.

Las mujeres empresarias a la hora de dirigir un negocio son muy eficaces en el tema de las relaciones humanas, pueden pactar, negociar, dar afecto y de paso mitigar más fácilmente conflictos. En este sentido incorporan su parte afectiva en las relaciones laborales lo que enriquece el ambiente de trabajo, también organizan la empresa de manera horizontal, invitando la participación de los integrantes de la misma. Por lo tanto

cuidan mucho de la calidad y calidez del servicio del producto. Y en lo que respecta a la economía de sus negocios, adoptan generalmente una actitud más mesurada.

Además de su estilo para dirigir una empresa poseen una escala de valores diferente a la de los hombres tiende a delegar responsabilidades, dar funciones a equipos, a brindar libertad de acción a cambio de buenos resultados y fomentar la calidad de vida en su negocio.

Se debe garantizar a las mujeres el acceso a la capacitación, efectiva en el uso de nuevas tecnologías y mecanismos eficientes de comercialización a través de una red de mujeres productoras y empresarias para aumentar su productividad, rentabilidad y participación efectiva en las cadenas productivas.

Debido a esto la educación financiera es necesaria para las microempresarias ya que dan continuidad al negocio con procesos y métodos que los lleven a desarrollar hábitos de ahorro, formas de inversión y que esto los conlleve a que en su etapa madura el dinero trabaje para ellas.

La educación financiera busca proporcionar a las personas herramientas que les ayuden a tener una mejor calidad de vida, generar recursos y administrarlos de forma adecuada. También nos permite tomar decisiones útiles: aprender a balancear nuestros ingresos y nuestros gastos con un presupuesto, aprovechar las distintas formas de crédito para hacer crecer nuestro patrimonio y proteger este mediante los seguros, preparar nuestro retiro, entre otras situaciones.

Es importante mencionar que la razón por la cual se llevó a cabo el presente trabajo de investigación fue para educación financiera aplicada a las mujeres microempresarias en la zona de Anton Lizardo, municipio de Alvarado Veracruz.

Razón por la cual la mujer empresaria se siente más gratificada por las satisfacciones profesionales que por la acumulación de la riqueza, en su visión, es más importante la continuidad del negocio, el cultivo de las relaciones humanas y la calidad antes que las utilidades.

Capítulo I. Marco teórico

1.1. Antecedentes de los estudios de género

A lo largo de la historia de la humanidad el papel que ha desempeñado la mujer en las organizaciones ha sido objeto de preocupación por los estudiosos de las ciencias sociales, en épocas pasadas había la creencia que las mujeres no tenían la capacidad de pensar de manera abstracta y que su pensamiento siempre estaba ligado a la experiencia corpórea Schiebinger (2004) lo que explicaba la menor presencia de las mujeres en algunas áreas de conocimiento, mientras que la participación de las mujeres en las ciencias sociales y algunas naturales (como la biología) ha sido más amplia y la incorporación del género como categoría analítica dentro de los estudios de estas disciplinas, data de los años ochenta. La mayor participación de las mujeres y la incorporación de la perspectiva de género, han creado propuestas teóricas y conceptuales muy valiosas para el abordaje de los objetos de estudio y el avance de las ciencias sociales y otras. Es importante mencionar que el análisis de las condiciones de las mujeres es anterior aún, pues el movimiento feminista se convirtió en un referente social que evidenciaba la situación de las mujeres y exigía de las ciencias sociales y de la salud los análisis históricos, descriptivos y explicativos.

Esta variable se ha estudiado desde diferentes perspectivas, así en sus inicios se le denominó a estas disertaciones feministas, y en esas etapas hay importantes aportaciones, como las que realizó la filósofa Simone de Beauvoir, con su frase célebre "*no nacemos mujer, nos convertimos en ello*". Beauvoir (1949) esta reflexión se centra en el hecho de que el sexo está ligado a los aspectos biológicos, que se traen desde el momento de la concepción y el género es una construcción de análisis sociocultural, que se va edificando dentro de las organizaciones sociales de acuerdo con su cultura y sus valores sociales, que son los que regulan el comportamiento de las personas.

Con las aportaciones de la teoría marxista entre el siglo XVIII y XIX, se inició la división sexual del trabajo, en la que se asignó tareas específicas a hombres y mujeres en lugares distintos, que originó una valoración desigual de la posición social y del trabajo

desempeñado por cada sexo: el varón: jefe de familia fuera de la esfera del hogar, mujer: ama de casa, trabajo realizado en el hogar y en la familia. Así el enciclopedista Desmahis dijera al describir a la mujer perfecta, "la mayor gloria de la mujer es "vivir ignorada" y que su vida ha de consagrarla a la práctica de las "virtudes ocultas" (es decir, domésticas por cuanto a que la esfera del hogar es algo oculto a la poderosa luz del espacio público). (Citado por Campos,..)

Las transformaciones de los sistemas económicos y políticos que se manifestaron durante el siglo XX, cambiaron la situación de la mujer y en las relaciones de género. Deere y Leal (1981). Estos se concentran prioritariamente en los efectos de los cambios en la estructura agraria de algunas regiones, en la economía doméstica y en la división sexual del trabajo; en el impacto del ajuste estructural y de la globalización de la economía en las relaciones de género (Roldán 1985, Gonzáles de la Rocha 1989, Fernández Kelly 1992, Arango 1998) y, en las poblaciones desplazadas por la violencia política y la forma en que las relaciones de género intervienen en estos procesos (Coral 1994, Maertens 2000).

Como es conocido, en el inicio de la segunda década del siglo XX se vieron cambios radicales en las estructuras económicas de algunas regiones del mundo, originadas por diferentes sucesos como por ejemplo: la masiva migración del campo a la ciudad y la creciente transformación de los sistemas predominantes: capitalismo y socialismo. Diversos estudios analizaron el impacto de la penetración de capitales mercantiles en la economía campesina y en la división del trabajo en la unidad doméstica.

De lo anterior se desprende, que la antropología feminista debe encontrar los medios para teorizar acerca de las relaciones y cruces que se establecen entre las desigualdades sociales provocadas por la construcción de las diferencias de género, de raza y de clase social, perspectiva que comparten diferentes investigadoras como Carby (1985), Haraway (1989), Stolke (1993), Narozky(1995, 1997) y otras más.

El interés por el estudio de las mujeres se origina a partir de la incidencia de la dominación masculina sobre ellas, y surgen dos corrientes o posiciones teóricas al respecto: la tesis de la universalidad de la dominación masculina (Rosado y Lamphere, 1974, Ortner 1974) (citado por Cabrera, 1998), y los que conciben la existencia de sociedades igualitarias e incluso matriarcales (Reiter 1975, Friedl 1979 Leacock 1977).

En este segundo enfoque, Narozky destaca que parten de las concepciones de Marx y Engels y proponen rechazar las explicaciones universales de las ideologías de género basadas en razones biológicas y analizar cómo se generan las desigualdades en base al género y como se relacionan con las relaciones de producción y distribución existentes en la sociedad. Algunos otros autores como Reiter (1977), Sacks (1979), Godelier (1977) analizan la posición de la mujer en las relaciones de parentesco en las sociedades sin estado en la medida que funcionan como relaciones de producción.

Esta autora, subraya otra aportación del enfoque marxista en el estudio de género sobre la crítica a los conceptos analíticos y los planteamientos teóricos como: "unidad familiar", "hogar", y el cuestionamiento de las dicotomías estructuralistas y funcionalistas entre lo doméstico, lo público o lo productivo y lo reproductivo.

Es importante destacar que quienes estudian el género pueden revisar los conceptos sobre la humanidad y qué es naturaleza para ampliar el sentido de la condición humana. Desde esta perspectiva aprender sobre las mujeres implica también aprender sobre los hombres. Los estudios de género son una manera de comprender a las mujeres no como un aspecto aislado de la sociedad sino como parte integral de ella. López (2011)

Los antecedentes de estudios de género dieron el inicio de un gran cimiento hacia las explicaciones basadas de lo que hoy en día es la mujer a través de la teoría permitiendo entender el papel que representa en sus diferentes campos.

1.2 La teoría de género

El concepto de género fue utilizado por la psicología en su vertiente médica: Money, en 1995 señala “La terminología del género y del sexo”, manifiesta que el sentido de construcción social de lo femenino y lo masculino; Robert Stoller establece la diferencia entre sexo y género, al estudiar casos donde los caracteres sexuales secundarios no correspondían al sexo genético; no obstante estas presiones, el término sólo se empleaba en círculos médicos.

Este concepto usualmente está destinado a clasificar un aspecto del arte, de la gramática, de la biología, tipos de telas o estilos en la literatura. Pero a partir de que las ciencias sociales lo definen como categoría, se asocia inicialmente a lo relativo a: a). Lo sexual y b). La mujer; sin embargo la profundización en los estudios de género y la reconstrucción más sistemática del concepto ha propiciado un conocimiento fino (en el sentido de agudeza) de la cultura, básicamente desde lo simbólico.

Desde esta perspectiva surgen distintos enfoques como el de Cecilia Amorós; Franca Basaglia, Elizabeth Jelin, o aquellas que analizan los planteamientos de Simone de Beauvoir que fueron útiles en su momento.

En la década de los setenta empieza a ser empleado en las ciencias sociales Lamas (1990), principalmente por un grupo de mujeres académicas que constituyeron el movimiento femenino, preocupadas por comprender cómo y desde cuando se origina la desigualdad de las relaciones entre hombres y mujeres, desigualdad que se manifiesta en distintos ámbitos sociales y sobre todo en aquellos en los que históricamente el hombre ha figurado como porcentaje central y a veces único (el ámbito público), desigualdad que tiene una relación estrecha con los atributos llamados femeninos y masculinos.

El concepto de género se convierte en una categoría útil para el análisis histórico de los oprimidos, que permiten mostrar las circunstancias, significado y naturaleza de su opresión. Scott (1990), así como de la persistencia o no de desigualdad en detrimento de lo femenino.

Vale la pena aclarar que desigualdad no significa inferioridad, puesto que desigualdad implica comparación entre dos términos, sin establecer la superioridad o inferioridad de uno de los dos elementos comparados, entre los cuales, si la base de comparación es el poder, la desigualdad implica que uno de los dos es más poderoso que el otro.

En los estudios que han aplicado el término desigualdad para designar la situación en que vive la mujer, en comparación con la situación del hombre, el término se desliza hacia lo inicuo, al calificar una desigualdad inadmisibile. Bajo esta óptica, igualdad no significa identidad; si se quiere hablar de igualdad de condiciones entre mujeres y hombres, se tendrá que hablar de igualdad de derechos y obligaciones, por lo que a mayores derechos, mayores obligaciones, a mayor libertad, mayor responsabilidad, pensamiento que se convierte en arma de dos filos. Esquivel (1989), porque mediante una justificación seudocientífica se clasifica como “menores” a “las mujeres”, no se puede hablar de igualdad si no se establecen primero los parámetros de comparación, por ejemplo, los menores de edad no están en condiciones de mantener el grado de responsabilidad y obligación concomitante al grado de obligación y derecho del adulto; la destreza y conocimiento que posee una campesina de la agricultura, no se puede medir con la destreza y conocimiento de una mujer urbana sobre el manejo del automóvil, peor aún si comparamos las habilidades de hombres y mujeres adquiridas en diferentes entornos: un hombre experto en horticultura con una mujer experta en costura; en los ejemplos citados se señala que no se trata de incapacidades de potencialidad, sino de ejecución.

Dentro de la discusión teórica sobre el concepto de género, se propone el estudio del conjunto de valores y normas establecidas en cada sociedad, los modelos con los que nos identificamos, forjados en función de lo establecido, lo que se espera de los patrones que vamos adquiriendo en el transcurso de nuestra vida cotidiana, y, sobre todo, el contexto en el que se produce.

Ello significa reconocer que las experiencias y actividades de las mujeres y los hombres se deben a sus contextos históricos-sociales, por lo que las identidades de los sujetos no son unidades fijas ni únicas sino que, por el contrario, son procesos heterogéneos que se plasman en prácticas, a veces discontinuas. Tarrés (1992).

Existen trabajos cuyo interés consiste en demostrar que las relaciones de género son una dimensión fundamental, junto con la clase social y la adscripción étnica; donde se explica cómo se construyen y operan las diferencias entre los sexos, que tienden a colocar sistemáticamente a las mujeres en posición de desventaja y subordinación. Lamas (1986), Sanday y Goodenough (1990).

Pasar de una perspectiva que pone énfasis en la subordinación en las desventajas y obstáculos, en la discriminación que ha enfrentado la mujer ha sido hasta ahora el tema recurrente de los estudios de género. Lamas (1999).

Proponer un estudio que analice la identidad femenina rebasando estos tópicos es, poner a la mujer en un terreno diferente de discusión, bajo otra perspectiva y así abordar la identidad femenina desde sus cambios, e histórica, empantanada en su propia naturaleza –tan cuestionada-; es, finalmente, dejar de hablar de lo que ya se ha dicho y descubrir su participación en la sociedad como agente, e indagar que nueva identidad se está generando: cómo se piensa ahora, por ejemplo, en cuanto su carácter de reproductora o en cuanto sustento económico de su familia.

Rehuir los tópicos de los estudios de género es proponer un abandono de clasificación que, más que tal, resulta un “etiquetado” de las mujeres y ver “la otra cara de la luna”, en el sentido de ese lado oculto por no tratado, por no estudiado y no sólo esto, sino que, a partir de esa conceptualización de la mujer como “ente inútil”, la propia mujer lo ha asumido con frecuencia para su beneficio, es decir, puesto que “no sé, no puedo, hazlo tú”, la mujer se ha encerrado en ese mundo doméstico mucho menos agresivo que el exterior, se ha (había) sentido satisfecha de la manipulación que el hombre ejercía sobre ella a partir de la devaluación que el varón le otorgaba, sin embargo, esta apariencia peyorativa ha servido a muchas mujeres como elemento de reflexión y balance de su hacer cotidiano.

Para desvelar este “lado oculto” es necesario analizar las circunstancias en que se desarrolla su vida, pues como señala María Luisa Tarrés: “ para detectar cambios, ruptura en los mecanismos de reproducción que si bien implican conflictos, crean la oportunidad de desviarse de su destino”

Sin embargo, se trata de un proceso de largo alcance y duración, cuyas consecuencias difícilmente se pueden evaluar todavía en la sociedad mexicana contemporánea, debido a que aún no se conocen las modificaciones producidas por el crecimiento poblacional y de las grandes ciudades, en las modalidades que asumen las relaciones familiares, que alejan a la mujer de los lazos de parentesco y le abren otros espacios y posibilidades donde fincan su identidad. Tarrés (1992).

El interés de Tarrés consistía en integrar las múltiples dimensiones presentes en la vida cotidiana, sin enfatizar el aspecto económico o el subjetivo, buscando el vínculo, entre las prácticas y las concepciones sobre el orden social, la subjetividad, los juicios de valor y las nociones interpretativas con el propósito de comprender las relaciones de género como una de las formas en que operan las relaciones de poder.

En los diferentes acercamientos a estos niveles de construcción, resulta inabordable el estudio prescindiendo de las relaciones que se establecen con el género masculino y toda la serie de implicaciones que ello conlleva tanto en el plano de las relaciones interpersonales como laborales.

Analizar la identidad femenina, la feminización o la masculinización de ciertos empleos, la reorganización de la división sexual del trabajo significa también conocer lo que están haciendo y pensando los hombres, que se han visto desplazados de ciertos sectores, pero que se han comenzado a incorporar a otros, lo cual, sin lugar a dudas, también implica una transformación en su relación con el género femenino.

Cuando las parejas decidían casarse, quedaban implícitas las responsabilidades y obligaciones asociadas a los roles establecidos; la mujer dependía económicamente del hombre bajo el supuesto de que ella se encargaría del hogar y de los hijos y, también, bajo el supuesto de que el hombre obtendría el ingreso necesario para la manutención del hogar, situación que hace muchos años no se produce debido a factores que se han ido presentando de manera simultánea: crisis económica, desempleo, aumento del nivel de escolarización en las mujeres (mayor en relación con la generación de sus madres), disminución del número de hijos.

Todo ello, sin lugar a dudas, imprime una forma de relaciones interpersonales diferentes; ahora la mujer, si se quiere casar, ya no busca principalmente al hombre que la mantenga, sino a un hombre que acepte el nuevo modelo femenino (que ella trabaje y/o siga estudiando y preparándose y, además, que no quiera tener hijos inmediatamente). Esta nueva forma de establecer la relación crea relaciones de poder diferentes, con todas las ambivalencias y conflictos que se producen cuando se innovan comportamientos.

Coincido con esta postura y modelo femenino, puesto que hoy en día la mujer además de buscar una mayor preparación, busca una mayor presencia y reconocimiento en el mercado laboral, a ser respetada y valorada por el sexo masculino, situaciones que abren otros espacios y posibilidades donde fincan su identidad como mujer.

No obstante, Sarti señala que no se puede dar por hecho que la incorporación de la mujer al ámbito laboral se traduzca necesariamente en un cambio en la posición de la mujer y llega a la siguiente conclusión:

La investigación realizada sugiere que los valores no se modifican automáticamente con los cambios en las condiciones objetivas de vida, lo cual permite concluir entonces, que hay un grado de autonomía en la esfera simbólica y cultural, como los valores sociales son internalizados en un proceso no consciente, influyen en las decisiones y elecciones de los individuos en distintos niveles. El resultado es una compleja dinámica, aparentemente incongruente entre los complejos valores internalizados y las nuevas condiciones, dinámica que genera un proceso de cambio social ambiguo, caracterizado por muchos rostros, conocidos, desconocidos, sorprendentes y previsibles a la vez. Sarti (1993).

Un hecho más que afronta la sociedad es el constante bombardeo de los medios de comunicación, la creación de imágenes y necesidades que continuamente van modificando y produciendo patrones de conducta y, por qué no, creando una identidad; en este sentido no se hablaría de una identidad estática, sino de procesos que se forman a partir de acciones heterogéneas.

Como se puede observar son varios los factores que influyen en la identidad genérica y en este en la femenina que, como dice Tarrés:

La sociedad aparece como un campo que limita los espacios, distribuye a los miembros, los separa o los reúne de acuerdo con estos criterios de superioridad e inferioridad a partir de las complicadas reglas que a nivel simbólico las hacen parecer como naturales. La inferioridad de las mujeres y la superioridad de los hombres se expresan así en las prácticas sociales más disímiles, en las normas, en las instituciones y leyes, en fin, en una serie de programas y medidas que tienden a separarlos o agruparlos de acuerdo con las necesidades reproductivas. Tarrés (1992).

Otro factor que sustenta la relevancia que la identidad femenina está en proceso de transformación, y la importancia de reflexionar desde un enfoque distinto a la identidad femenina actual ha sido el resultado del análisis de los cambios producidos en la representación social de la identidad femenina generados por el proceso de desarrollo y la modernización, proceso que incide en la desestructuración del orden vigente y de la relación jerárquica entre los sexos como parte del orden establecido; desestructuración que se aprecia en primera instancia en la organización familiar y, en la división sexual del trabajo al interior de las unidades domésticas.

Otro aspecto notable que justifica la perspectiva de ruptura del orden vigente aparece en algunos estudios realizados como los de Burin y Meler (1998) y Villasmil (1997); no se da sola la desestructuración en la organización familiar y en la relación jerárquica entre los sexos, sino que además repercute incluso en las prácticas reproductivas de las mujeres; estos estudios, además de señalar los cambios, indican que estas modificaciones han permitido a las mujeres redefinir su identidad, Martínez (1992) más allá de las determinaciones estructurales o de los mecanismos de dominación masculinos, bajo la advertencia que estas nuevas prácticas reproductivas se analizaron considerando la clase social y el grupo étnico. Soledad González Montes sostiene, apoyándose en Sacks, que distintas clases sociales o grupos étnicos distintos producen comportamientos diferentes:

“Según este enfoque, no existe la conciencia de clase en general [...] la clase se experimenta no sólo en forma históricamente específica, sino también en forma racional y genéricamente específica [...] Sacks, citado por González (1993).

Queda de manifiesto que existe una diversidad de factores a considerar para realizar estudios sobre la identidad femenina y sobre el proceso de construcción que forma la representación social que adquiere esta identidad.

El pertenecer a una clase social determinada, el ocupar una posición dentro de la familia, el estatus, lo que se define como prestigio en un grupo determinado, el nivel de información y formación formal e informal; la historia de su vida familiar, la forma en que se establecen las relaciones de poder y se estructuran las de parentesco, la ubicación del contexto, la cultura, las formas de producción y reproducción de su vida, la economía, la política todo esto impulsa a definir con precisión los conceptos que se utilizan en la definición de género.

La definición de género según Scott (1990), señala, que el núcleo de la definición reposa sobre una conexión integral entre dos proposiciones:

- a) El género es un elemento constitutivo de las relaciones sociales basado en las diferencias que distinguen a los sexos.
- b) El género es una forma primaria de relaciones significativas de poder (entendiendo por tal, el que se sustenta en la capacidad coercitiva), es el campo primario dentro del cual o por medio del cual se articula el poder.

A su vez, el género comprende cuatro elementos interrelacionados:

1. Los símbolos culturalmente disponibles que evocan representaciones múltiples y a menudo contradictorias, ambivalentes, que se infieren por su opuesto.

2. Los conceptos normativos que manifiestan las interpretaciones de las significaciones de los símbolos. Estos conceptos se expresan en doctrinas religiosas, educativas, científicas, legales y políticas, que afirman categóricamente y unívocamente la significación de varón y mujer, de “lo masculino” y “lo femenino”.
3. La noción de inmutabilidad, que descubre la naturaleza del debate o represión que conduce a la aparición de una permanencia atemporal en la representación binaria del género, que se construye a través de las relaciones de parentesco, la economía y la política.
4. La identidad subjetiva, el cómo se construye las identidades genéricas, relacionadas con las representaciones culturales históricas específicas.

Si el ordenamiento social se estructura en las relaciones binarias de positivo-negativo, bueno-malo, con poder-sin poder, a través del concepto de género se intenta penetrar en todas las relaciones para explicar cómo sucedieron, para descubrir por qué sucedieron.

Por tanto, el género facilita un modo de descodificar el significado y de comprender las complejas conexiones entre varias formas de interacción humana.

Por lo anterior considero que el concepto de género es un tema de investigación, que se utiliza para definir, personificar y simbolizar las diferencias entre sexos estudiadas en una determinada sociedad.

El género revela, las formas históricas y socioculturales mediante las cuales tanto mujeres como hombres construyen su identidad, al mismo tiempo que interactúan en una sociedad organizando su participación en torno a ella.

La teoría de género ha dado lugar a construir deferentes terminologías tales como sexo, identidad femenina, desigualdades entre hombres y mujeres, valores sociales, conceptos que conciben la relación con la cultura y epistemología.

1.3 El género en México: Ausente y Necesario

Es interesante notar que la aportación de Gilligan en 1982 consistió en mostrar que la existencia del *género* conduce a repensar la lógica de los razonamientos morales, en su reflexión, la identificación empírica de la diferencia de *género* precedió al uso explícito de la categoría. Aunque su mayor debilidad es que no hace un esfuerzo por distinguir que la diferencia sexual no es un hecho meramente anatómico, sino que la construcción e interpretación de la diferencia anatómica es, en sí, un proceso social e histórico, el cuestionamiento de Gilligan ha sido debatido por intelectuales de la talla de Habermas.

A pesar de ciertas deficiencias metodológicas y de la limitación teórica de no distinguir diferencia sexual y diferencia de sexos, la descripción que hace Gilligan de la evolución de un sujeto marcado por el *género* ha tenido repercusiones radicales, ya que plantea una crítica de la relación entre cultura, conocimiento y método con serias implicaciones epistemológicas. Al registrar la existencia de una perspectiva epistemológica y moral marcada por el *género*, Gilligan inició un debate que sigue en curso hoy día. Desde entonces, ella misma ha ampliado sus formulaciones a la luz de las críticas que ha recibido. Además de poner en evidencia el falso universalismo de Kohlberg, su mérito fue enseñar que cualquier pretensión de conocimiento de lo humano tiene que tomar en cuenta la estructuración de *género*.

En México este debate no se llevó a cabo: ni en el ámbito internacional ni en el académico se ha manifestado interés por el debate teórico en torno a la problemática derivada de *género*. Por eso todavía son escasos los trabajos sobre la reflexión epistemológica sobre el *género*, el debate sobre la categoría *género* y el cuestionamiento teórico al paradigma del *género*. Solo quienes trabajan con la desconstrucción y el posestructuralismo se han interesado en recuperar la crítica feminista sobre la construcción cultural del sujeto y en explorar las consecuencias de la simbolización de la diferencia sexual.

A pesar de la evidente desigualdad sexual (como hecho social, político y cultural), en nuestro país no hay un debate intelectual riguroso y una interlocución seria con el pensamiento feminista.

Y mientras en el contexto intelectual hay poco interés, evidente en la ausencia de ensayos y reflexiones publicadas, en la academia mexicana ocurre que los estudios de género son básicamente estudios sobre mujeres.

El reduccionismo género=mujeres está entrelazado con una gran confusión. El término *género* tiene distintos contenidos, pues entre culturas y lenguas ocurren complejas reformulaciones de significado. En castellano el término *género* se refiere a un conjunto de personas o cosas con características comunes (especie, tipo, clase); al modo o la manera de hacer algo, de ejecutar una acción, en el comercio, a cualquier mercancía, y también a cualquier clase de tela. Por eso, como conjunto de seres comunes, se habla de las mujeres y los hombres como *género* femenino y *género* masculino.

A diferencia del castellano, la significación clásica anglosajona de *gender* es unívoca: está referida al sexo. Así, *gender* es la clasificación gramatical por la cual se agrupan y se nombran a los seres vivos y las cosas inanimadas como masculinos, femeninos o neutros. En inglés el género gramatical es “neutral”, o sea, responde al sexo de los seres vivos mientras que los objetos son “neutros”.

En otras lenguas, como el castellano, el género “gramatical” está sexuado: a los objetos sin sexo se les adjudican artículos femeninos o masculinos. Esto introduce cuestiones que conllevan contradicciones simbólicas, como cuando se traducen poesías del alemán, donde el sol y la luna tienen atributos femeninos y masculinos correspondientemente, mientras que en castellano la atribución es la contraria.

Cuando en inglés se dice que ciertos estudios no registran el *gender*, significa que no discriminan la información por sexo, o que se refieren a las mujeres; *gender gap* es la brecha que existe entre mujeres y hombres en distintos espacios; un *gender issue* es un asunto relativo a alguno de los sexos; un *gender bias* es un prejuicio debido a la pertenencia a uno de los sexos, y cuando se plantea la necesidad de tener una *gender*

perspective, de lo que se está hablando es de que hay que mirar lo que se va a abordar reconociendo que hay hombres y mujeres.

El concepto *género*, tal como el feminismo lo perfiló dentro de las ciencias sociales, es lo contrario de sexo: es el conjunto de prácticas, ideas, discursos y representaciones que cada sociedad construye al simbolizar la diferencia sexual.

El *género* es una construcción social que reglamenta y condiciona la conducta objetiva y subjetiva de las personas, atribuye características distintas a cada sexo.

Quienes generalizaron la definición de *género* como el proceso mediante el cual la sociedad fabrica las ideas de lo que deben ser los hombres y las mujeres, de lo que es “propio” de cada sexo, lo hicieron con la intencionalidad de distinguir entre lo biológico y lo social. Sin embargo, al traducir el *gender* anglosajón con el sentido de mujer se produce una confusión notable.

Es imposible unificar el uso de esas tres grandes formas de utilización: 1) *género* como clase, tipo, especie; 2) *género* como sexo, y 3) *género* como construcción social.

Con el significado de las palabras está sujeto a cambios debido a los procesos culturales e históricos que impactan su uso, persisten varias acepciones. Además, por la presencia de ciertas palabras se suele conferir a un pensamiento cierta intención, como si estuviera utilizándose determinado razonamiento. En este caso, por la confusión reinante, hay que tener presente que usar el término *género* no implica comprender el sentido de construcción social de la diferencia sexual. No obstante estas dificultades, se empieza a notar en México una paulatina aceptación del paradigma de género, entendido como el conjunto de creencias y normas sociales sobre lo que es lo “propio” de las mujeres y lo “propio” de los hombres.

Hace más de 15 años que surgieron los programas de investigación y estudio sobre mujeres. Hay un cambio sustantivo en el panorama de la investigación académica: entre los ochenta y los noventa la producción ha pasado de estar influida por la tradición sobre marginalidad y dependencia más posestructuralista.

En los ochenta las preocupaciones principales fueron: pobreza, violencia, explotación y derechos humanos. Aunque esos intereses persisten, pues gran parte de las investigaciones se refieren a situaciones de vida y/o trabajo de las mujeres, en los noventa empezaron a tratarse el cuerpo y la sexualidad como temas de investigación; también despuntó una reflexión que abrevia en fuentes filosóficas y psicoanalíticas. Pero, sintomáticamente, en la mayoría de los trabajos *género* aparece como mujer.

Otra cuestión característica es que son contados los varones que se han interesado en el debate sobre el *género*. Esto, sumando a la falta de un verdadero reconocimiento de la importancia del tema, convierte a los programas de estudio en especies de fundición donde manejan una clientela básicamente femenina y funcionan también como lugares de formación de cuadros para la actividad política. Aunque este tipo de espacios se han ido ampliando a otras entidades de la República, no han crecido cualitativamente.

A pesar de las diferentes significaciones que se le da al concepto de género, está sujeto a cambios debido a los procesos culturales e históricos que impactan su uso, persisten varias acepciones que permite un análisis desde los estudios culturales.

Los estudios culturales

La cultura tiene un entretejido de conocimiento tácito, sin el cual no hay interacción social ordenada y rutinaria. Esto implica que las personas comparten significados no verbalizados. Para muchas personas este compartir sin palabras supone aceptar ciertos supuestos como verdades dadas. Lo que, en términos de Bourdieu, tienen las personas como “Productores culturales” es un sistema de referencias comunes. Por eso las comunidades interpretativas se van construyendo a partir de compartir ciertos significados y procesos.

Se puede ver a la cultura, como hacen muchos antropólogos, como una “caja de herramientas” (Swidler), como un conjunto de estrategias vitales que nos permiten sobrevivir: nos ayuda a mantener a raya la carga pulsional, a encauzarla, a establecer un orden social menos amenazante que el desorden social. Darle significado a lo que

nos rodea, a lo que nos ocurre, es simbolizar. De ahí que la cultura sea precisamente el resultado de procesos de simbolización, existen distintas concepciones o modos de comprensión de la cultura, sin embargo es fácil reconocer que la cultura está armada a partir de mil pequeñas cuestiones que aceptamos sin juzgar, que no comprendemos ni interrogamos, pues nos ayudan a enfrentar la vida cotidiana. Pero además de que existe un amplio número de cuestiones vitales sobre las que podríamos llegar al consenso de aceptar que desconocemos, o que el conocimiento que tenemos es insuficiente, existe otro rango de cuestiones que no queremos comprender. Existe una forma de ignorancia voluntaria, distinta del proceso de represión inconsciente, que hace que muchas personas no puedan comprender cuestiones de su vida cotidiana.

Bourdieu plantea que todas las personas tienen cierto interés en no comprender, o en desconocer los significados de la cultura en que vivimos. Esta forma de desconocimiento es una parte sistemática del proceso de mantenimiento y reproducción del actual orden social.

Los estudios culturales pretenden hacer una lectura interpretativa de los significados del discurso y de las manifestaciones culturales de los seres humanos. En México los estudios de *género* no constituyen todavía una tendencia teórica importante en el área de los estudios culturales, y tampoco éstos están cruzados por una perspectiva transversal de género.

Esto ocurre en parte por la reducción *género* a “mujer”, aunque los estudios culturales utilizan antropología, lingüística, crítica literaria y sociología al abordar el ámbito de lo simbólico, su “resistencia” o ceguera cultural parece ser machismo.

Quienes se interesan por un verdadero debate sobre el *género* saben que no se trata de añadir “mujer” a la currícula o a la agenda de investigaciones, sino comprender los procesos sociales y culturales desde otra perspectiva: analizar significados y metáforas estereotipadas, cuestionar el canon y las ficciones regulativas, criticar la tradición y las resignificaciones paródicas relativas a la simbolización de la diferencia sexual.

Preguntarse cómo han sido escritas, inscritas, representadas y normadas la feminidad y la masculinidad es más que estudiar la división del género: implica realizar un análisis de cómo las prácticas simbólicas y los mecanismos culturales reproducen el poder.

La cultura la elaboran los sujetos a partir de sus procesos psíquicos y en relación con una serie de fuerzas a las que están sometidos en función de su posicionamiento social. Si partimos de que las culturas son conjuntos de significados compartidos, significados implícitos y apenas conscientes, significados asociados a ciertas costumbres y tradiciones, entonces salta a la vista nuestra dificultad para aceptar la diferencia. Ahí está la raíz del sexismo, la homofobia, el racismo y demás prácticas discriminatorias. Históricamente, a los seres humanos nos ha costado mucho trabajo reconocerles a los “diferentes” la misma legitimidad en tanto seres humanos en busca de un sentido para sus vidas.

El reconocimiento de la diferencia nos conduce ineluctablemente a examinar nuestra relatividad, nuestra no naturalidad.

En la medida en que asumimos el efecto recontextualizador de nuevas prácticas se va eliminando paulatinamente la ignorancia; también ayudan en este proceso las migraciones, las urbanizaciones, los medios de información, las comunicaciones internacionales, la globalización. Todo ello impulsa a que se cobre conciencia de la cantidad de culturas, o sea, de formas distintas de estar en el mundo. Aunque se expresen las resistencias, ya no hay vuelta atrás en la conciencia: lo que antes no se cuestionaba, ahora es cuestionado, y no podrá ser aceptado como “natural”. Los esfuerzos conservadores por restaurar la autoridad patriarcal (aunque sea forma de omisiones o desconocimiento) deben ser ahora argumentados. El principio de autoridad parece dejar de tener su efecto epistemológico. Estudiar comparativamente las sociedades humanas ha llevado a reflexionar y debatir sobre la igualdad y la diferencia. Las investigaciones transculturales subrayan las diferencias y las variaciones en las actividades y conductas de hombres y mujeres.

Igualdad y diferencia son los términos claves en el debate sobre el *género* y la diferencia sexual. ¿Cómo manejar analíticamente igualdad y diferencia? ¿Y cómo distinguir la calidad fundante y estructurante de la diferencia sexual de las demás diferencias?

Weber planteó que es necesario desempeñar los intereses tanto materiales como ideales de las personas en los ámbitos simbólicos. Ello requiere cuestionar la comprensión consciente del contrato sexual que subyace al contrato social. El proyecto deconstructivo debilita la hegemonía del lenguaje, sensibilizándonos a las formas en las que los conceptos, asumidos sin cuestionamientos, gobiernan nuestro pensamiento. Intentar comprender el peso de lo simbólico en la cultura nos lleva a ir contra la corriente, a revisar los lugares comunes y los mitos consagrados.

Los artefactos de la cultura –desde canastas y arcos hasta televisores y libros- son construcciones simbólicas, de la misma manera que lo son las costumbres y las tradiciones. A los hechos sociales les atribuimos significados que nos ayudan a convencernos de que nuestra vida tiene una dirección, una coherencia, que existe un orden. Por eso la cultura va generando un sentido de la vida y también por eso comparte cierta peligrosa cercanía con la religión. La naturaleza simbólica de la cultura es similar a la naturaleza simbólica de la religión. Tal vez por eso quienes atentan contra las interpretaciones culturales reciben el mismo tipo de reacciones que se dan contra los herejes o blasfemos.

Leer la cultura es descifrar lo simbólico en busca de los significados ocultos o no evidentes. Al preguntarse por qué esos significados y no otros, por qué expresados de esa forma y no de tal otra, y al buscar las relaciones con otras dimensiones de la estructura social, se revela la cultura de un pueblo.

Una epistemología feminista comparte varios de sus postulados con otras tendencias intelectuales que cuestionan el etnocentrismo occidental en la producción de conocimiento: filósofos, antropológicos y etnólogos, psicoanalistas y lingüistas interesados en deconstruir las mediaciones psíquicas y culturales vigentes y así profundizar en el análisis sobre la construcción del sujeto en la dimensión del género.

De ahí la ineludible interdisciplinaridad que se requiere para abordar el estudio de lo cultural, en especial del género.

Hoy que la supuesta objetividad de una perspectiva occidental se ha desmoronado, reconocemos que no hay una metanarrativa, sino una variedad de narrativas e interpretaciones. Si un criterio para juzgar cualquier sistema discursivo está en función de las reglas internas de ese sistema, hay que hacer un esfuerzo para conocer las del nuestro.

A manera de conclusión los estudios culturales son un campo de investigación de carácter interdisciplinario que explora las formas de producción o creación de significados y de difusión de los mismos en las sociedades actuales. Desde esta perspectiva, la creación de significado y de los discursos reguladores de las prácticas significantes de la sociedad revela el papel representado por el poder en la regulación de las actividades cotidianas de las formaciones sociales.

En seguida se presenta uno de los campos en los cuales se apoya este trabajo de investigación, siendo la equidad de género.

1.4 Las mujeres y la crisis económica

Los efectos de la adopción del modelo neoliberal y de la puesta en marcha de los programas de ajuste estructural en Latinoamérica, no han impactado de forma igual a hombres que a mujeres. Teresita de Barbieri y Orlandina De Oliveira (citadas por Aguilar, 1990: 17) señalan tres efectos básicos de la crisis económica sobre las Mujeres en América Latina: a) el incremento de la participación de las mujeres en las actividades de mercado; b) aumento del volumen de trabajo doméstico durante el período de la crisis; c) cambios en las relaciones familiares y en los lazos de solidaridad con vecinas y vecinos. Estos efectos están muy vinculados con la disminución de la inversión en salud y educación y con el aumento del desempleo. Mascha Madorin (1997) señala que las mujeres han sido más directamente afectadas que los hombres debido a sus múltiples funciones económicas, tanto en sus trabajos remunerados, como en sus

trabajos reproductivos en sus hogares (alimentación, educación, salud, cuidado emocional).

Las mujeres han tenido que incorporarse al mercado para poder sostener sus hogares y para ello han incursionado en el sector informal de la economía, sin seguridad social, sin contratos de trabajo y con baja remuneración (Aguilar, 1990: 18-19; Young, 1995: 37). Sin embargo su participación en el ámbito productivo ha sido subregistrada, lo cual ha influido en el sesgo de las políticas públicas para el desarrollo de este sector de la población. Esto ha limitado el acceso de las mujeres a los recursos económicos. En el caso de las mujeres rurales, su acceso a tierra, agua, crédito, capacitación y transferencia de tecnología ha sido muy restringido. Esta participación en el área productiva aunada al recorte del estado de los servicios públicos, se ha traducido en una intensificación de la mano de obra de las mujeres rurales, las cuales han incrementado su jornada laboral hasta llegar a un promedio que oscila entre 16 a 19 horas diarias (Campillo, 1994 a: 18-19). Además, la incursión de las mujeres en el ámbito productivo ha sido uno de los factores que ha causado que se incremente la violencia contra éstas, ya que los hombres descargan en ellas su frustración económica y toda la tensión que se da cuando éstas no cumplen con los roles tradicionalmente femeninos (Aguilar, 1990:22).

Frente a los problemas económicos y sociales que han sufrido los países subdesarrollados, diversas han sido las estrategias de solución adoptadas por las planificadoras y planificadores del desarrollo. En los años sesenta se dio énfasis en las reformas agrarias, en los setenta a los programas de desarrollo integrado y posteriormente surgieron los programas de generación de ingresos. En cada estrategia las mujeres han sido consideradas de diferente manera: en los programas de reformas agrarias las mujeres no fueron prácticamente beneficiadas (Deere, 1986); en los programas de desarrollo integrado se enfatizó en el rol reproductivo de éstas; y en los programas de generación de ingresos se ha enfocado el rol productivo de las mujeres pero como un recurso a ser utilizado para promover el crecimiento económico (Moser, 1991:95). Dentro de éstos últimos programas se encuentran aquellos cuya estrategia principal es el crédito.

1.5 Las mujeres rurales y las políticas públicas

Ante la difícil condición en la que se encuentra el sector rural, el Estado ha desarrollado determinados programas y proyectos, los cuales no se han traducido en mayores beneficios para las mujeres al no estar diseñados con perspectiva de género. Al carecer de este elemento, dichos programas y proyectos no analizan a profundidad y de forma crítica que:

- a) Existen diferencias y desigualdades de roles entre los hombres y las mujeres en los diferentes espacios de la producción y la reproducción, por lo que no consideran la forma cómo está distribuido el tiempo de las mujeres entre su trabajo doméstico y su trabajo productivo. Además no establecen alternativas para que ellas puedan aliviar la carga de sus actividades domésticas.
- b) Prevalen diferencias entre las construcciones de la identidad femenina y la identidad masculina en un contexto cultural, histórico y socioeconómico determinado, lo que puede hacer que las mujeres necesiten fortalecer su autoestima, su confianza en sí misma, así como ciertas habilidades (administrativas, tecnológicas, y numéricas, entre otras) para asumir efectivamente cierto tipo de programas y proyectos.
- c) Se dan relaciones de poder entre mujeres y hombres, por lo que éstas y éstos usan, acceden y controlan los recursos de forma diferenciada.

La perspectiva de género en los proyectos y programas implica la disposición de cambiar tanto las condiciones materiales de hombres y mujeres como las relaciones de poder entre ellos en la búsqueda de la igualdad de oportunidades en el acceso y control de los recursos materiales y no materiales (CEPPI et al., 1993: 15).

Generalmente los programas y proyectos dirigidos a las mujeres campesinas parten de cuatro supuestos (Campaña, 1992: 26):

- a) Las campesinas tienen huertas, crían animales menores y hacen artesanías.
- b) Las mujeres campesinas se dedican al trabajo doméstico.
- c) Las mujeres campesinas son solamente ayuda para sus compañeros en las labores agropecuarias.
- d) Las mujeres

campesinas sólo se interesan por actividades que mejoren socialmente a la familia (salud, educación, alimentación).

De allí que la mayoría de proyectos tiendan a la mejora del autoconsumo de la familia, al aumento del ingreso y hacia la salud de la familia, especialmente la salud infantil.

Campillo (1994b) analiza las políticas sectoriales agropecuarias en América Latina y concluye que, a pesar del interés por integrar a las mujeres en los programas del sector rural, éstas han tenido serias deficiencias. Dichas anomalías provienen de los supuestos mencionados anteriormente que se basan en la concepción de que los hombres son los agricultores, los productores mientras que las mujeres son las que se desenvuelven en actividades domésticas. Esta concepción ha sido reforzada por los subregistros que se dan en los censos de la participación de la mujer en la PEA (Población Económicamente Activa) agrícola, los cuales han sido puestos en evidencia por un estudio que demostró que la PEA agrícola femenina era superior a 25% y no entre 5% y un 12% como oficialmente se había registrado en Centroamérica (Campillo, 1994a: 7).

Entre las limitaciones de las políticas sectoriales para beneficiar a las mujeres se pueden señalar:

a) En los programas de tierras: a pesar de modificar las legislaciones agrarias para mejorar el acceso de las mujeres a la tierra, estas legislaciones aún siguen discriminando a las mujeres. Además estos programas se han ido debilitando en América Latina y no han podido responder a las demandas de la población campesina sin tierra. Las reformas agrarias que se llevaron a cabo en Latinoamérica beneficiaron un porcentaje menor de mujeres comparativamente a los hombres (Deere, 1986).

b) En las políticas de generación y transferencia de tecnología: El sesgo de estas políticas radica en el estereotipo de producción-hombre y reproducción doméstica-mujer. Este estereotipo ha condicionado el acceso de las mujeres rurales a la transferencia de tecnología. Además mucha de la generación tecnológica se ha llevado a cabo en rubros asociados mayoritariamente a la esfera masculina.

Finalmente hay que señalar que la gran parte de esta tecnología no ha podido ser adoptada por los pequeños agricultores y agricultoras (Campillo, 1994 b: 7-9).

c) En las políticas de crédito: La oferta de crédito al sector agropecuario ha sido reducida como producto de las políticas de ajuste estructural. Las mujeres para poder competir por éste deben poseer garantías (tierras, otras propiedades) las cuales usualmente no tienen. Todo esto ha hecho que las mujeres tengan dificultades en el acceso al financiamiento al no ser consideradas sujetas de crédito (Campillo, 1994 b: 9).

Según Moser (1991: 80-113), dentro de cada enfoque del desarrollo, existen diferentes enfoques en los que se basan las políticas. Así se tiene que dentro del enfoque MED, existen los enfoques de política de equidad, de anti-pobreza y de eficiencia, mientras que dentro de GED se encuentra el enfoque de empoderamiento. El enfoque de equidad tiene como una de sus preocupaciones principales la desigualdad entre hombres y mujeres tanto en el espacio privado como en el espacio del mercado, considera la independencia económica como la clave para la equidad, y se apoya más que nada en medidas legislativas. El enfoque de anti-pobreza hace un enlace entre la pobreza y la desigualdad entre hombres y mujeres, reduciendo el problema a una desigualdad de ingresos por lo que propone incrementar el acceso a empleo y a ingreso por parte de las mujeres. El enfoque de eficiencia pone el énfasis en una mayor participación económica de las mujeres para alcanzar mayor equidad, pero vinculando dicha participación a una eficiencia en el uso de los recursos para el desarrollo. Finalmente el enfoque de empoderamiento se analizará más detalladamente en la siguiente sección.

1.6 El surgimiento de una cultura empresarial femenina

En el artículo “Líneas de acción e itinerarios formativos que más se adecuan a las características de las mujeres autónomas”, Susana López (presidenta de la Asociación de Empresarias de Sevilla) señala lo siguiente: “Para desarrollarse como empresarias, las mujeres han desarrollado una serie de aptitudes, cualidades y habilidades muy

apreciables para desempeñar cualquier tipo de trabajo, pues administran económicamente la familia, cuidan de su organización reparten y delegan responsabilidades, dan incentivos a los hijos, educan y negocian, pactan, aconsejan, etc. 'y dicen que no saben hacer nada'. La familia es la empresa más compleja y no son conscientes. En este sentido, los nuevos yacimientos de empleo se presentan como una oportunidad de riqueza y de negocio propicios para las empresarias, pues en ellos predominan las actividades y habilidades que prevalecen en la mujer.

Diversos estudios e investigadores/as vienen señalando el surgimiento de una nueva cultura empresarial, de una nueva forma de gestionar las empresas, que surgirían a partir de la incorporación de las mujeres a este campo económico. Según el discurso neoliberal, la empresa moderna requiere de otro tipo de habilidades, menos competencia y más asertividad, menos jerarquía y más horizontalidad; habilidades tipificadas por muchas/os como femeninas, lo cual significaría que las mujeres poseen características útiles para la gestión empresarial.

Una posición no discriminatoria implicaría necesariamente sostener que hombres y mujeres son iguales. Ahora se presenta una alternativa: destacar las características femeninas como virtudes para la empresa moderna. La división sexual del trabajo se basa en que "las mujeres son buenas para realizar ciertas tareas porque son detallistas, ordenadas, pacientes, agradables a la vista, etc."; esto es lo que siempre se ha dicho. La novedad radica en visualizar como virtudes aquellos rasgos que antes se consideraban limitaciones - la intuición o cierto nivel de emocionalidad, ambos interpretados como irracionalidad- y en manifestar que estas virtudes son útiles para cargos directivos.

Algunas investigadoras del tema indican que escuchar es quizás una característica prototípica femenina, un talento de la mujer, un medio eficiente para estimular el flujo de información. Esta aptitud de las mujeres "es propia de las posiciones subordinadas que sobreviven leyendo emociones, adivinando los deseos y anticipándose a las necesidades de quienes tienen el control. Saber escuchar significa mostrar atención y receptividad, y sugiere diálogo e interacción, pero al mismo tiempo implica elaborar detalladamente la información que se recoge con el objeto de manejar las expectativas

de las personas, con las cuales sé interactúa... Escuchar reflexivamente permite a las mujeres tender puentes entre las necesidades de la empresa y los deseos de la gente; por lo tanto, este estilo resulta ser funcional para el proyecto personal y el de la empresa”.

Por ello se supone que de la flexibilidad de las mujeres, de la importancia que asignan a las relaciones humanas, de su capacidad para trabajar en equipo y de sus habilidades como capacitadoras surgen organizaciones más innovadoras y ambientes de trabajo más humanos que estimulan a los empleados y aumentan su compromiso y su identificación con la empresa. Estas características, interpretadas antes como falta de ambición y autolimitación de las mujeres, empiezan a ser valoradas en una nueva corriente empresarial donde el control para lograr objetivos se centra en la existencia de valores compartidos y en el sentido de pertenencia y compromiso, más que un sistema de reglas explícitas.

Lo anterior podría tratarse del traslado de algunos contenidos tradicionales de género, generados en el ámbito de lo reproductivo doméstico, a la actividad empresarial. Esta aplicación adquiere consistencia de la mano de promotores, técnicas/os y especialistas en la materia, en una apuesta por el surgimiento de una nueva cultura empresarial, una “cultura empresarial femenina con cultura financiera”; lo que, y desde nuestra óptica, podría leerse como unas nuevas culturas del trabajo, orientadas al autoempleo y altamente generizadas.

CAPITULO II. Educación financiera

2.1 Consecuencias de la educación financiera

Según la Organización para la Cooperación y el desarrollo Económicos (OCDE), la educación financiera “es el proceso mediante el cual los individuos adquieren una mejor comprensión de los conceptos y productos financieros y desarrollan las habilidades necesarias para tomar decisiones informadas, evaluar riesgos y oportunidades financieras, y mejorar su bienestar” (2005), por ello es de suma importancia que los individuos obtengan un libre acceso a adquirir estos conocimientos que los ayudaran a tomar buenas decisiones con respecto a sus movimientos financieros, lo que traerá como consecuencia que cada vez más personas perciban oportunidades financieras más rentables y logren una estabilidad económica.

Para muchas personas, familias, asociaciones, empresas y algunos países, la experiencia cotidiana hace cada vez más evidente los efectos negativos de la falta de educación financiera.

En México, producir un movimiento de gran alcance en favor de la educación financiera es una tarea urgente y necesaria por varias razones. En primer lugar, porque hay grandes lagunas en los conocimientos financieros de la gente. Esto tiene una serie de consecuencias adversas para las personas, como el endeudamiento excesivo, la falta de ahorro para el futuro, el uso improductivo de las remesas y la poca claridad sobre los beneficios que ofrece la inversión en actividades productivas, la adquisición de activos, o la educación de los hijos.

En segundo lugar, la falta de información, aunada a la escasa penetración del sistema financiero, fomentan el uso de servicios financieros informales, con frecuencia desventajosos y a costos elevados. Por último, el número y la complejidad de los productos financieros han aumentado notablemente en años recientes, lo que dificulta que las personas tomen decisiones informadas que sirvan a sus propósitos.

El tema ha tomado relevancia a nivel internacional, organismos como la OCDE y la APEC, así como gobiernos de diversos países, se han preocupado por realizar más acciones enfocadas a la educación financiera.

La educación financiera debe considerarse como una aliada al momento de elegir el producto o servicio financiero que se necesite, promueve que se tengan los conocimientos y habilidades necesarios para hacer elecciones razonadas a fin de formar o incrementar nuestro patrimonio.

Consecuencias de no contar con una educación financiera:

- Pagar costos excesivos al no comparar opciones de productos financieros
- Ocasionan riesgos innecesarios al contratar productos inadecuados
- Sobreendeudarse al dejarse llevar solo por aspectos publicitarios, sin hacer un análisis elemental de su capacidad de pago.

Una gran cantidad de mexicanos, en mayor o menor medida, son usuarios de servicio financieros, por decisión propia o por alguna circunstancia inevitable.

La Encuesta Nacional de Inclusión Financiera 2012 señala aspectos relevantes, por ejemplo: el 43.7% de los adultos de nuestro país ahorra de manera informal, sólo 1 de cada 5 tiene contratado un seguro, el 27.5 % utiliza el crédito formal y solamente 1 de cada 4 tiene una cuenta de ahorro para el retiro.

A manera de ejemplo, cada uno de los aspectos induce o sugiere el tipo de consecuencias que cada persona puede padecer al estar haciendo uso de opciones financieras inadecuadas, que incluso pueden agravar su situación al pretender formar un patrimonio. En este sentido, lo que se busca es que cualquier persona que desee o necesite tomar alguna decisión de tipo financiero encuentre en la educación financiera una referencia o apoyo que le ayude a tomar mejores decisiones.

2.2 La educación financiera un aliado en el manejo de tus finanzas

Los productos o servicios financieros están cada vez más presentes en nuestra vida diaria, por ejemplo: al recibir nuestro sueldo mediante una cuenta de nómina, pagar servicios a través de internet, retirar dinero a la hora de hacer compras, adquirir un automóvil o una casa, entre muchas otras situaciones. Sin embargo de poco sirve tener acceso a estos servicios y productos financieros si se desconocen las ventajas que pueden obtenerse al usarlos.

En el país todavía hay muchas personas que creen que hablar de educación financiera no es necesario en su vida.

Y es por eso que la educación financiera busca dotar a las personas de los conocimientos y habilidades necesarias para que en el día a día puedan hacer elecciones razonables sobre el uso adecuado de productos y servicios financieros.

Por lo que transmitir estos conocimientos a los mexicanos se vuelve un asunto fundamental y para lograrlo se requiere de esfuerzos conjuntos de gobierno, organizaciones sociales e institucionales financieras y educativas, pues dado los diferentes perfiles y necesidades de los usuarios de los servicios financieros no puede haber estrategias únicas, sino acciones específicas para cada segmento de la población.

Y ahí es donde surgen iniciativas como la Semana Nacional de Educación Financiera (SNEF), la cual se creó en el 2008, con el objetivo principal de llevar a la población del país los conceptos fundamentales de la educación financiera y crear una conciencia ciudadana sobre el tema. En la Tabla 1 se describen los conceptos fundamentales de la educación financiera.

Tabla1. Elementos que integran el concepto de educación financiera.

1.- Crear sinergia	Permitiendo que las instituciones interesadas en el tema unan esfuerzos dentro un mismo espacio al dar a conocer sus propios programas.
2.- Trabajar coordinadamente	Ayuda a que haya un acuerdo entre las instituciones participantes acerca de los temas a tratar. Así como el enfoque que debe darse a los mismos.
3.- Concientizar a la población	Acerca de la importancia de la educación financiera como un factor de transformación en la vida de quienes aplican los conocimientos y las herramientas que ésta proporciona.
4.- Esforzar a la nación	Desarrollando actividades en todos los estados de la República Mexicana, atendiendo contenidos que atañen al país, sin hacer de lado los contenidos de interés regional.

Fuente: Revista Proteja su dinero CONDUSEF, 2013.

Cabe señalar que las actividades que se realizan en la semana giran alrededor de ejes temáticos, que abordan conceptos relativos a: presupuesto, ahorro, crédito, inversión, seguros y retiro que se complementan con diversos materiales de apoyo para reforzar lo aprendido, todo enfocado a lograr unas finanzas personales sanas.

Los beneficios que ofrece la educación financiera son considerables, tanto para la economía de cada individuo como para la economía nacional. En el plano individual, la educación financiera contribuye a mejorar las condiciones de vida de las personas, ya que proporciona herramientas para la toma de decisiones relativas a la planeación para el futuro y a la administración de los recursos, así como información pertinente y clara que da lugar a un mayor y mejor uso de los productos y servicios financieros. Así, los usuarios con mayores niveles de educación financiera tienden a ahorrar más, lo que normalmente se traduce en mayores niveles de inversión y crecimiento de la economía en su conjunto.

Adicionalmente, la educación financiera, más allá de contribuir a mejorar el desempeño de las instituciones debido a una clientela más responsable e informada, puede generar un intercambio de información de mayor calidad entre las instituciones financieras y sus clientes. Gracias a la educación financiera los usuarios demandan servicios adecuados a sus necesidades y los intermediarios financieros tienen un mejor conocimiento de las necesidades de los usuarios, lo que da lugar a una mayor oferta de productos y servicios financieros novedosos, aumentando la competitividad e innovación en el sistema financiero.

2.3 El presupuesto como parte de la educación financiera

Para N. (2000) sostiene que un presupuesto “es un plan detallado en el que figuran explícitas tanto las previsiones de ingresos como las necesidades de adquisición y consumo de recursos materiales y financieros para un determinado periodo de tiempo”.

Tres consejos básicos para realizar un presupuesto:

- I. Tener certeza de los ingresos con los que se cuenta; no se debe de presupuestar más de lo que se gana, ya que se podría perjudicar a la hora de balancear los ingresos y los gastos.
- II. Se debe de contar con una actitud realista; esto es a la hora de anotar los gastos, evitar contrastes entre ingresos y gastos.
- III. Evitar cargar la tarjeta de crédito; un porcentaje de personas que cuentan con tarjetas de crédito no pueden evitar

Prevención de riesgo como parte de la educación financiera

Un punto importante para el logro de una saludable vida financiera, es conocer los productos financieros enfocados a la prevención de situaciones de riesgo, como es el caso de los seguros.

Contar con conocimientos acerca de estos productos financieros, permite que las familias y empresas evalúen adecuadamente los riesgos a los que se encuentran expuestos y así deciden el esquema más adecuado para protegerse sobre ellos, como menciona el presidente de la Comisión Nacional de Seguros y Finanzas, Manuel Aguilar “La educación financiera influye de manera directa en la capacidad que tiene el usuario para elegir la mejor opción del mercado”.

En la vida siempre se está expuesto a situaciones las cuales repercuten negativamente en nuestra salud o nuestras pertenencias, todo esto lleva a su vez gastos económicos, que la mayoría de veces resultan muy elevados. Es por ello que lo más conveniente es adquirir que cubra estos tipos de daño, al menos en cuanto a gastos de refiere.

El seguro no es más que un contrato en el cual una aseguradora se obliga a resarcir pérdidas o daños que ocurran dentro de los límites pactados, con el asegurado por medio de una indemnización.

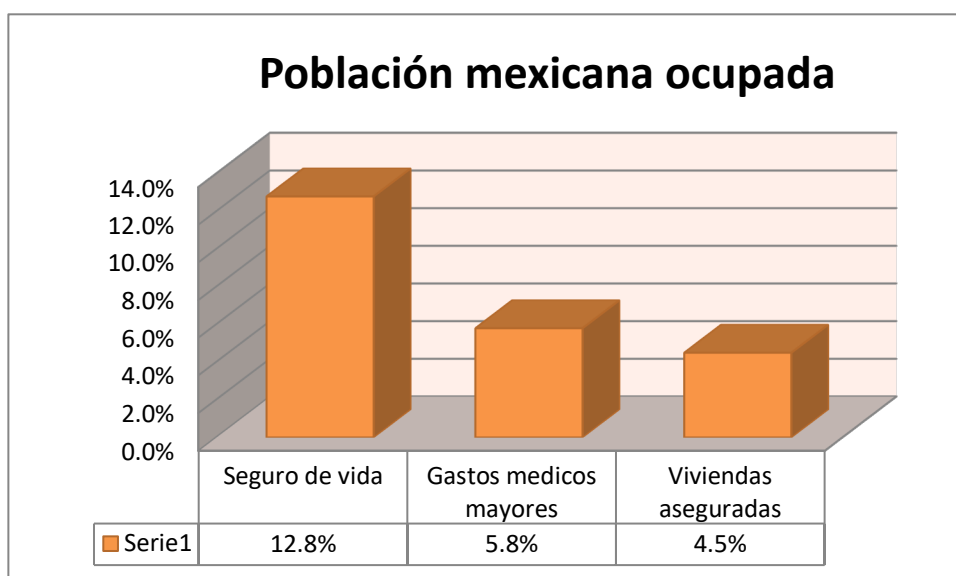
Los seguros cumplen con una función social muy importante, ya que son un instrumento que tiene como finalidad resarcir parte del patrimonio de las personas que se hayan visto afectadas en sus bienes o en su persona por un evento inesperado". Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (Condusef).

Según el periódico el Informador (2013), 97 de cada 100 mexicanos no contaban con un seguro de vida que evitara problemas económicos a sus familiares, dada la baja penetración del sector asegurador, que es apenas el 3%, entre la población de ingresos medios y bajos.

Esto se debe a la mala educación que se tiene estos niveles socioecómicos de la población, *el 20 % de los mexicanos que no están asegurados afirman no saber dónde solicitar un seguro, mientras que el 19 % de la población considera al seguro como algo innecesario.*

De acuerdo con la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS), la población mexicana cuenta con porcentajes muy bajos en relación con los productos financieros de prevención, como se muestra a continuación en la gráfica 1.

Gráfica 1: Porcentajes de la Población Mexicana en relación con los Productos Financieros



Fuente: Revista Proteja su dinero CONDUSEF, 2013.

En México sólo 7.8 millones de personas tienen un seguro de vida, esta cifra se reduce a 5 millones si se descuenta a aquellos que tienen una protección grupal

Además, se tiene como dato que de los 22 millones de automóviles en circulación, solamente el 50% (11 millones de autos) cuentan con un seguro, sin embargo solo la mitad de los que cuentan con este seguro conocen detalladamente la cobertura y las exclusiones a los que son beneficiarios.

Esto revela una vez más la falta de educación financiera en nuestro país, que no solo nos afecta como individuos sino también como nación ya que el nivel de aseguramiento que se tiene en las primas contra el PIB es de un 1.88 %, el cual es inferior en relación con otros países como son Brasil y Chile que cuenta con un 3.0 y 4.07 por ciento, respectivamente. Mientras que en Europa la cultura de los seguros es primordial, tan solo Inglaterra llega a un nivel de aseguramiento de 12.07 por ciento.

Por todo lo anterior es de vital importancia contar con una cultura financiera más prominente en cuanto a seguros contra riesgos, a continuación se presentan tres consejos básicos para la contratación de los seguros:

- Evaluar cuidadosamente los riesgos a los que se puede estar sujeto, con ello se puede contar con una protección adecuada.
- Conocer los costos del seguro, incluyendo: prima, deducibles, coaseguros y comisiones. No olvidar considerar los efectos que tienen diferentes niveles de deducibles y coaseguros sobre éste.
- Leer cuidadosamente las condiciones generales de la póliza del seguro que se desee contratar, en especial la cobertura que se ofrece, así como los requisitos y condiciones para efectuar las reclamaciones en caso de siniestro.

2.4 La esencia para la libertad financiera

Visión

“Las personas con independencia económica son capaces de visualizar los beneficios futuros que resultan de definir sus objetivos financieros”. Mario Borghino (2006), para lograr una estabilidad financiera es importante tener una visión clara acerca de lo que se quiere generar en un futuro, contar con una idealización de lo que se quiere lograr es fundamental ya que permite definir cada uno de los pasos a seguir para alcanzar metas financieras estables.

La visualización de los objetivos y el conocimiento de los mecanismos para garantizar el cumplimiento de dichas metas, con características de aquellas personas que cuentan con una mentalidad de ricos, individuos que construyen un patrimonio estable, sin excesos y mesura. Este tipo de individuos planean y estudian detalladamente las mejores opciones para tomar decisiones adecuadas de cómo manejar su dinero y tener los mejores rendimientos.

El propósito de tener una visión, es que se logre administrar una manera correcta los recursos con los que se cuentan, para así tener claro de lo que se tiene para invertir, para ahorrar y para gastar, así como lograr tener un control de los gastos personales y vigilar preventivamente el no excederse.

“En el mundo de la riqueza, el monto de su dinero es proporcional a su hábito de administrarlo”, afirma Mario Borghino (2006). Asegura que no depende de la cantidad de dinero con la realizamos movimientos financieros, sino de la forma en la que llevamos a cabo todos estos movimientos, el conocer como optimizarlos y hacer rendirlos a su máxima capacidad.

Una cuestión relevante de contar con una visión es mantener metas muy claras, el poseer hábitos para conservar controles, tener objetivos claros y trabajar con disciplina esto ayuda a no caer en el consumismo, el cual es un problema grave en la actualidad por ejemplo; el 24% de la quincena de la clase media mexicana es captado por sólo 5 compañías que dominan los sectores de alimentos, bebidas, cigarros, cerveza, telefonía y entretenimiento (Coca Cola, Marlboro, Alsea, Cinépolis y Telcel), estas empresas registran el mayor gasto hecho quincenalmente por la población que de manera regular destinan al menos 19% de su ingreso en comprar o utilizar servicios de estas empresas cuyos dueños aparecen en las listas de multimillonarios.

En un análisis realizado por El financiero concluye que Alsea, Cinépolis, Coca-Cola, Philip Morris, Modelo y Telcel, son líderes indiscutibles en sus respectivos sectores en México, todas con más de la mitad del mercado.

Destaca que Alsea controla las franquicias más grandes de Latinoamérica, en México opera las marcas Starbucks, Dominos Pizza, Burger King, CPK, Italianni's, PF Chang's, Pei Wei y algunos restaurantes Chili's, y que de un ingreso mensual promedio de 28 mil pesos, obtiene el 10% del salario total, con alguna de estas marcas.

Así como la trasnacional Philip Morris con sus marcas Malboro y Delicados, la cual los fumadores realizan un gasto de 350 pesos por siete cajetillas.

Grupo Modelo y sus marcas de cerveza captan 900 pesos del ingreso mensual de la clase media, sobre todo cada inicio de quincena.

Mientras tanto en los productos de Coca – Cola el gasto mensual es de aproximadamente 360 pesos. Mediante sus más de 64 marcas y 400 productos, Coca-Cola domina casi el 70% del mercado de refrescos y bebidas procesadas no alcohólicas en México.

Cinépolis es la cadena de cines que cuenta con más salas en el país, el gasto promedio entre la entrada y el consumo de productos de dulcería, asciende a 900 pesos mensuales.

Por su parte Telcel domina 70% del mercado de telefonía celular, que incluye también la banda ancha móvil, al mes recibe cerca de mil 450 pesos por el pago de uno de los más elevados planes de renta telefónica.

Las personas adictas al consumo no tienen disciplina financiera, pues su modelo de pensamiento consumista los hace suponer que con los ingresos altos que perciben podrán tener más riqueza. Pero el problema no está en su habilidad para generar riqueza, sino en su incompetencia para saber qué hacer con lo que ganan. *En innegable que en nuestra sociedad es más fácil gastar que acumular.*

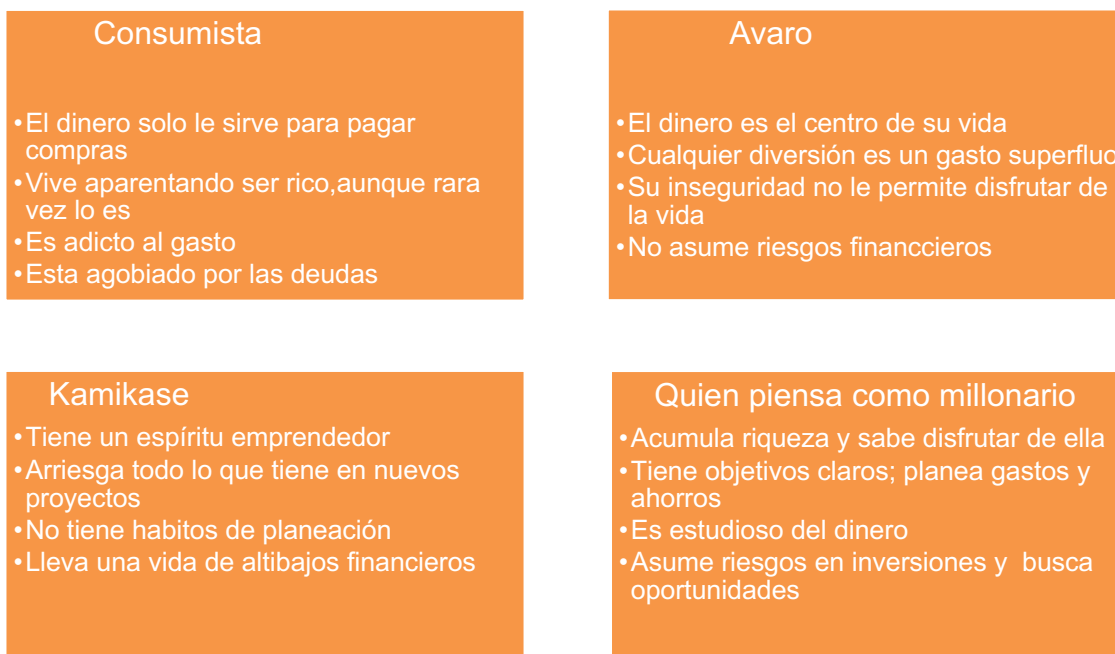
Existen cuatro perfiles de individuos en relación con su actitud ante el dinero;

1. Consumistas. Personas adictas al gasto excesivo, esta personalidad tiene la creencia que trabaja para consentir sus gustos y endeudarse sin importar el futuro, al no contar con su trabajo estable tienden a preocuparse por sus deudas y al no contar con un ahorro quiebran rápidamente. La naturaleza de este individuo no construye riqueza dado que no tiene excesos para invertir y crear un patrimonio sólido para el futuro.
2. Avaros. El centro de su vida es el dinero acumular y acumular dinero sin tener ningún disfrute de este, ya que consideran que cualquier diversión es un gasto superfluo. Cuenta con una inseguridad constante que no les permite vivir, así como asumir riesgos de inversión ni financieros ya que creen que puede peligrar su estabilidad económica.
3. Kamikazes. Son personas emprendedoras, que constantemente arriesgan todo lo que tiene en proyectos nuevos, eso sin el más mínimo conocimiento de la buena administración, planeación y sentido preventivo con el dinero.

El futuro de este tipo de personalidad es incierto ya que viven una vida de altibajos financieros sin lograr una estabilidad económica.

4. Los que piensan como ricos. Sujetos que piensan que se puede acumular riqueza y disfrutarla a la vez, este perfil tienen objetivos bien definidos, planean sus gastos y sus ahorros. Constantemente adquieren inversiones, pero no sin antes estudiarlas detalladamente. Situación que detalla el diagrama 1

El diagrama 1 representa la actitud ante la vida y el dinero



Fuente: El arte de hacer dinero. Mario Borghino (2006)

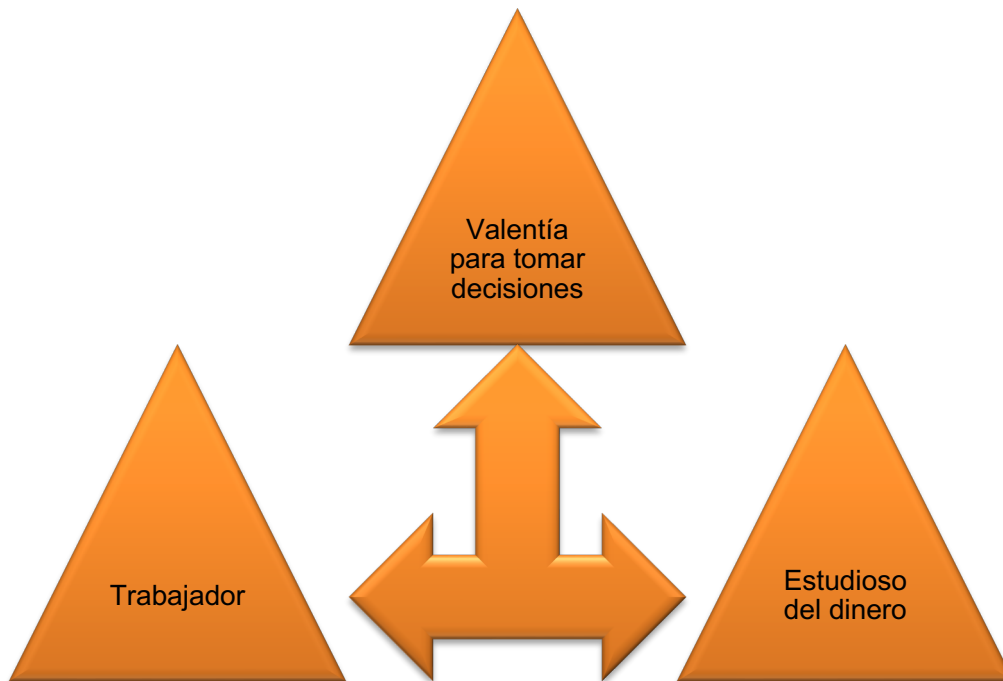
Para conseguir tener una autonomía y libertad financiera, se tiene que contar con la habilidad de personal de controlar sus bienes y sus ingresos, no cayendo en el control de los factores económicos externos y el consumismo.

Se tiene que aprender a sumir riesgos, esto nos significa ser irracional y emocionalmente impulsivo, sino contar con los conocimientos adecuados y una buena asesoría financiera.

Todo esto nos lleva a tomar mejores decisiones y a invertir en proyectos rentables, otro punto importante es que se debe de aprender a trabajar el dinero que se tiene, y crearse oportunidades uno mismo.

Otro punto importante es el contar con un asesor financiero, ya que ayudaran a disminuir la probabilidad de riesgos y a aumentar los ingresos, gracias a sus consejos. Ver información simbolizada en la figura 1.

Figura 1. Tríada de cualidades de quienes piensan como ricos



Fuente: El arte de hacer dinero. Mario Borghino(2006)

Inversión independiente

En la actualidad en contar con una sola fuente de ingreso, no garantiza una estabilidad económica muy viable, por ello es recomendable ser un inversionista independiente, un conocedor de las oportunidades y beneficios que trae consigo el invertir adecuadamente.

Esta profesión permite independizarse y ser su propio jefe, tomar sus propias decisiones, trabajar las horas que desee. Más sin embargo es importante identificar las oportunidades para invertir el dinero.

Para el inversionista, el dinero es un instrumento de intermediación que le permite lograr su independencia económica. Cuando se aprende a considerar el dinero como un producto, se comprende que entonces el valor del dinero no es lo importante, sino las oportunidades que se crean para invertir ese dinero. Eso es lo que le da el verdadero valor.

Sin embargo, como en todo siempre existen riesgos, y el dedicarse a ser inversionista independiente tiende a traer consigo muchos riesgos, por ello se recomienda que si se es un individuo que le teme a la incertidumbre no arriesgue su dinero, mejor se exhorta que tome decisiones que le garanticen un alto nivel de seguridad.

Como lograr dar el salto de ahorrador a inversionista:

1. Fijar una meta de ahorro, concientizar que invertir es un sacrificio de recursos hoy, con beneficios en el futuro.
2. Planificar las finanzas, para optimizar tus ingresos y eliminar los gastos que no sean indispensables.
3. Mantener a la vanguardia con respecto a la educación financiera. Conoce en la medida de lo posible, las ofertas de los productos de inversión de las entidades financieras.
4. Asignar un fin específico al ahorro, como la apertura de un negocio.
5. Depositar un monto cada determinado plazo, y así convertirlo en un hábito.
6. Analizar y comparar los riesgos y rendimientos de los productos de inversión. Elegir el que se adapte mejor al perfil individual.

La educación financiera en la familia

Menos del 30 por ciento de los padres en México hablan con sus hijos acerca del dinero, y el resto ni siquiera lo considera importante. Esto es una cifra devastadora ya que si en la misma casa no se les habla acerca del dinero y la manera correcta de manejarlo donde lo aprenderán.

No es tarea fácil enseñar a los hijos porque para empezar, los mismos padres ignoran muchos temas financieros, no obstante a eso los niños aprenden de la observación, esto es las actitudes que el padre tiene hacia el dinero eso lo captan y lo llevan a la práctica.

La educación en los hijos es fundamental en sus hábitos futuros. Debe cultivarse en ellos una mentalidad de millonario para que logren construir una solidez económica por ellos mismos.

En la actualidad una amenaza muy relevante, en relación con la educación de los hijos es el marketing, la televisión o la publicidad, ya que estos forman parte de la causa de caer en el consumismo a temprana edad.

Lo anterior nos permite presentar en datos importantes de la zona de estudio, mismos que nos conducirán la atención hacia la forma en que se desarrolla la cultura financiera.

Capítulo III Marco Regional

Para ubicar el área de la zona de estudio, se hará una caracterización de la región.

3.1. El Estado de Veracruz

3.1.1 Ubicación geográfica y datos generales de la zona.

Veracruz de Ignacio de la Llave, es una de las treinta y dos entidades federativas que integran la República Mexicana, se encuentra situado en las siguientes coordenadas geográficas: al norte 22°28', al sur 17°09' de latitud norte, al este 93°36', al oeste 98°39' de longitud oeste. Colinda al norte con el estado de Tamaulipas y el Golfo de México, al este con el Golfo de México, Tabasco y Chiapas; al sur con Chiapas y Oaxaca; al oeste con Puebla, Hidalgo y San Luís Potosí. La estructura municipal está compuesta por 212 municipios y se integran administrativamente en diez regiones, región de la Huasteca Alta, de la Huasteca Baja, Totonaca, región de Nautla, región de la Capital, región de Sotavento, región de las Montañas, región del Papaloapan, región de los Tuxtlas, región Olmeca (INEGI 2000). El mapa 1 muestra la localización de las regiones que integran el Estado de Veracruz.

Mapa No. 1. Regiones del Estado de Veracruz.



Por su abundancia de recursos naturales, el estado de Veracruz goza además de una posición geográfica envidiable, que lo conecta con la cuenca del Golfo de México, el Caribe, Centro y Sudamérica, Europa y la costa este de Estados Unidos y, a través del Istmo de Tehuantepec, con los puertos del Pacífico y los mercados asiáticos.

Sus tres importantes puertos: Veracruz, Tuxpan y Coatzacoalcos, manejan en conjunto el 26% de la carga portuaria del país. Sus redes de carreteras y ferrocarril unen entre sí las diversas regiones del estado y al estado mismo con el resto del territorio nacional.

Para un mayor conocimiento se presentan las características generales del estado de Veracruz en el cuadro 1.

Cuadro 1
Características generales del estado de Veracruz

Características	Datos del estado de Veracruz
Porcentaje del territorio	3.7% de la superficie total del país
Superficie total	71820 km ²
Número de municipios del estado	212 municipios
Tipo de clima	Clima cálido húmedo: predomina en el 80% del territorio veracruzano, incluyendo las llanuras costeras del Golfo norte y sur. La temperatura media anual es de 22° C.
Precipitación total anual promedio	Los meses de mayor precipitación son julio y agosto, con un promedio de la media anual de 1500 mm.
Superficie estatal de la agricultura y de la vegetación	Agricultura 26.94%, Pastizal 48.74%, Bosque 6.75%, Matorral 0.21%, Selva 12.35%, Otros 5.01%
Diversidad étnica de la región	Están presentes 13 culturas indígenas, cuyos representantes hablan en su mayoría náhuatl, totonaca y en tercer lugar, huasteco.

Fuente: Elaboración propia con los datos de gobierno del estado (2011)

A continuación se hace una descripción de las referencias sociodemográficas del estado de Veracruz.

3.1.2 Datos sociodemográficos

Según los datos que arrojó el II Censo de Población y Vivienda realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) con fecha censal del 12 de junio de 2010, el estado de Veracruz de Ignacio de la Llave poseía hasta ese año con un total de 7 643 194 habitantes, de dicha cantidad, 3 695 679 eran hombres y 3 947 515 eran

mujeres. La tasa de crecimiento anual para la entidad durante el período 2005-2010 fue del 2.0%.

La pobreza en la que se encuentra sumida la sierra norte del estado, donde las clases más desfavorecidas son los indígenas, contrasta con ciudades altamente industrializadas como son Veracruz, Córdoba, Orizaba, Coatzacoalcos y Poza Rica. Sus principales ciudades son, al norte: Poza Rica y Tuxpam, al centro: Veracruz, Xalapa, Córdoba y Orizaba; y al sur: Coatzacoalcos y Minatitlán.

El Censo de Población y Vivienda 2010 mostro las principales ciudades, la mayoría con zona metropolitana definidas a partir de una conurbación intermunicipal, el cuadro 2 representa esta información.

Cuadro 2.

Principales ciudades Metropolitanas del estado de Veracruz

Zona Metropolitana	Población
Veracruz	801,122
Xalapa	666,268
Poza Rica	513,308
Orizaba	410,372
Córdoba	315,996
Minatitlán	356,020
Coatzacoalcos	347,223
Acayucan	112,999

Fuente: INEGI-2010

Según INEGI (2010) más del 61.0% de la población se encontraba concentrada en las localidades urbanas, mientras que en las consideradas como rurales se encontraban un poco más del 38.0%. En este contexto, el comportamiento que se presentaba en la entidad difería del nacional, ya que en este último escenario, únicamente el 23.1% de la población se delimitaba en localidades de carácter rural y el 76.8% es urbano.

En ese mismo año, según datos del Censo de Población y Vivienda 2010 realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía: Veracruz de Ignacio de la Llave presentaba un grado promedio de escolaridad de 7.7% y además con un porcentaje de población analfabeta de 12.0%.

En el año 2010 la población menor de 15 años representó 27.9% de la población total, la que se encontraba en edad laboral de 15 a 64 años constituyendo el 63.5%, en tanto que la población de 65 años y más representó el 7.3% de los habitantes del Estado. En contraste, en 2000 la participación de estos grandes grupos de edad fue 33.8% para los menores de 15 años; 59.8% para los de 15 a 64 años y finalmente el 5.4% para los de 65 años y más. Esta transformación en la estructura por edad muestra que el Estado transitaba por una etapa donde el volumen de la población en edades laborales alcanzaba su mayor proporción, con relación a la población en edades dependientes. Censo de Población y Vivienda (2010)

3.1.3 Datos económicos

El Estado de Veracruz aportó con esfuerzo y trabajo al Producto Interno Bruto (PIB) nacional, 4.6% traducidos en 606.3 mil millones de pesos, en el periodo 2005-2011. El crecimiento del PIB fue de 17%, formando parte de las seis primeras economías del país.

La industria, energía, turismo, comercio y agronegocios, la consolidaron como el tercer estado con más unidades económicas productivas.

El estado de Veracruz es una zona privilegiada al tener una gran variedad de climas y suelos que brindan sus bondades para aprovecharlas y convertirnos en orgullosos líderes en más de 15 productos agrícolas tales como: el azúcar, el café, los cítricos, la vainilla, el hule así como producción avícola y ganadera.

Así mismo ocupó el primer lugar en petroquímica básica aportando el 93.2% en todo el país teniendo en el estado cinco de los más importantes complejos de la república mexicana. Gobierno del estado de Veracruz. (2012).

Para tener datos más precisos los resultados de la encuesta nacional de ocupación y empleo en el tercer trimestre de 2013 para el estado de Veracruz de Ignacio de la Llave reporta:

Durante el tercer trimestre de 2013, la Población Económicamente Activa (PEA) del estado representó 54.2% de la población de 14 años y más. En este periodo, el 95.8% de los veracruzanos económicamente activos se encontraban ocupados.

Por sector de actividad económica, las cifras indican que de cada 100 personas ocupadas, 57 laboraban en el sector terciario (comercio y servicios), aproximadamente 24 en el primario, y 19 en el secundario.

La población desocupada se integró de 4.2% de la población económicamente activa. El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) da a conocer los resultados definitivos de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), correspondientes al trimestre julio-septiembre de 2013.

Población económicamente activa

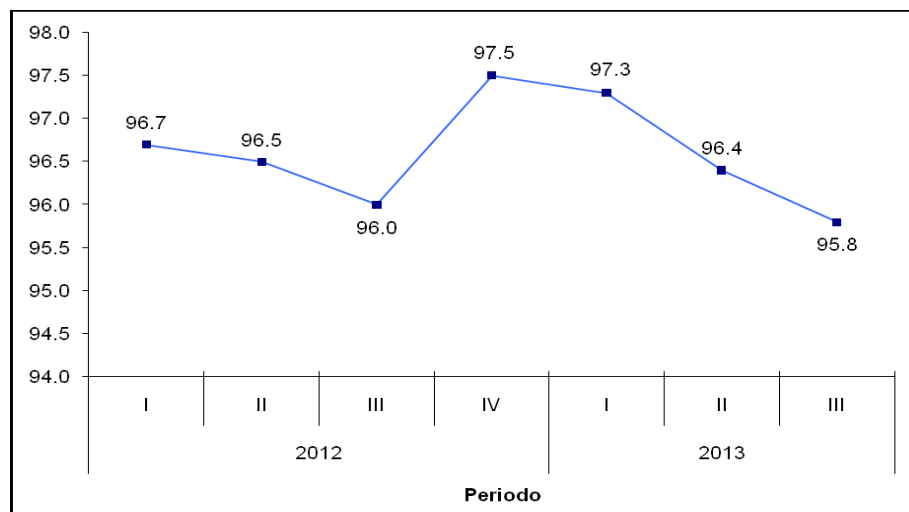
Durante el tercer trimestre del año 2013, la población de 14 años y más disponible para producir bienes y servicios en la entidad ya sea que estuviera ocupada o que buscaba estarlo representó 54.2%, de esta, 64.7% fueron hombres y 35.3% mujeres.

Población ocupada

Al interior de la PEA es posible identificar a la población ocupada que estuvo participando en la generación de algún bien económico o en la prestación de un

servicio. En el trimestre julio-septiembre de 2013, esta población fue de aproximadamente 3.1 millones de personas, lo que representó 95.8% de la PEA, aproximadamente 2 millones de hombres y 1.1 de mujeres. Ver información en la gráfica 2

GRÁFICA 2
POBLACIÓN OCUPADA AL TERCER TRIMESTRE DE 2013
(Porcentaje)



Fuente: INEGI-ENOE-2013

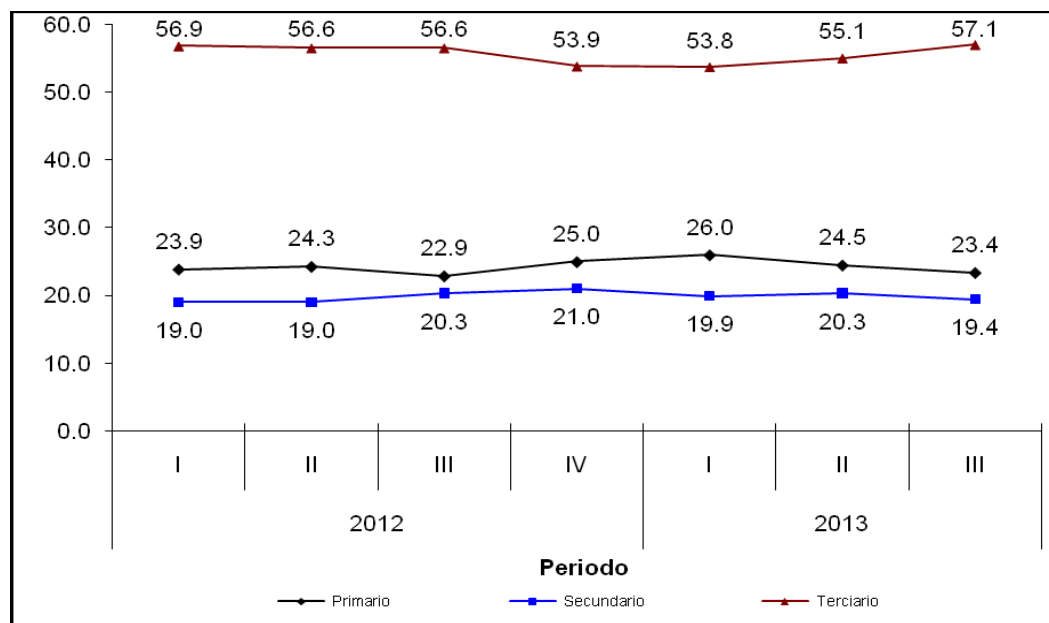
Por sector de actividad económica

Al considerar a la población ocupada con relación al sector de actividad económica en que labora, se observó que poco menos de 1.8 millones de personas (57.1% del total) trabajaron en el sector terciario o servicios, alrededor de 727 mil (23.4%) lo hizo en el sector primario, y algo más de 602 mil (19.4%) se desempeñó en el secundario o industrial. El restante 0.1% no especificó su actividad económica. Información representada en la gráfica 3

GRÁFICA 3

POBLACIÓN OCUPADA POR SECTOR DE ACTIVIDAD ECONÓMICA

AL TERCER TRIMESTRE DE 2013
(Porcentaje)

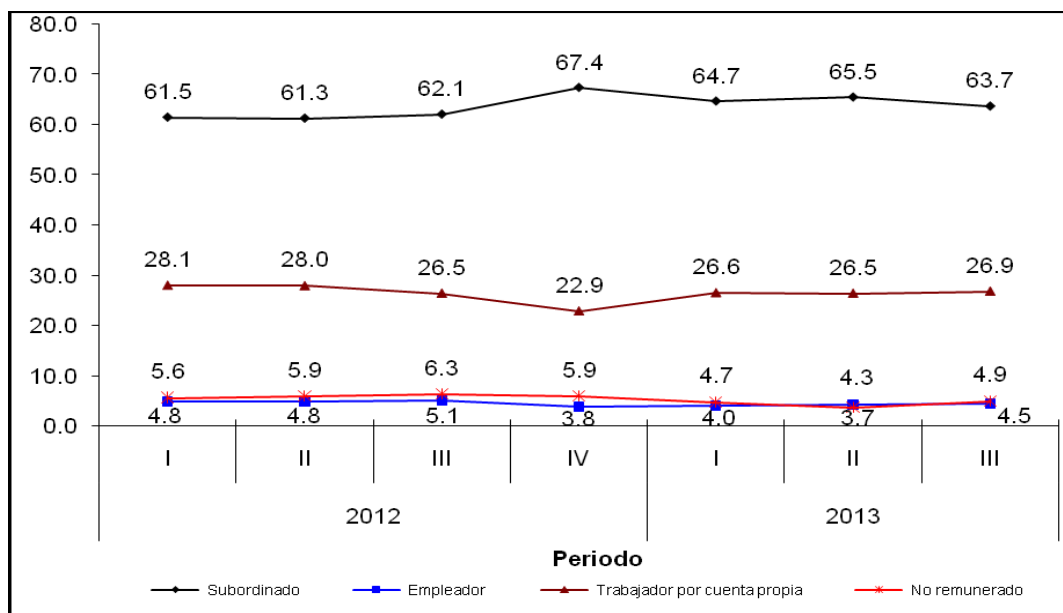


Fuente: INEGI-ENOE-2013

Por posición en la ocupación

Si se observa a la población ocupada en función de la posición que tuvo dentro de su trabajo, se observó una mayor proporción de trabajadores subordinados y remunerados cerca de 2 millones de personas (63.7%), le siguieron los trabajadores por cuenta propia casi 836 mil (26.9%), aproximadamente 152 mil (4.9%) fueron trabajadores que no recibieron remuneración, y poco más de 139 mil (4.5%) declararon ser propietarios de los bienes de producción, con trabajadores a su cargo. Información representada en la gráfica 4

GRÁFICA 4
POBLACIÓN OCUPADA, SEGÚN POSICIÓN EN LA OCUPACIÓN,
AL TERCER TRIMESTRE DE 2013
(Porcentaje)



Fuente: INEGI-ENOE-2013

Por nivel de ingresos

La distribución de la población ocupada de acuerdo a su nivel de ingresos fue la siguiente: poco más de 888 mil (28.7%) ganó más de uno y hasta dos salarios mínimos (SM), alrededor de 525 mil (16.9%) percibió como máximo un SM, aproximadamente 489 mil (15.8%) recibió más de dos y hasta tres SM, poco menos de 395 mil (12.7%) obtuvo más de tres y hasta cinco SM, y algo más de 339 mil (10.9%) no especificaron el nivel de ingreso.

Cabe señalar que del total de los ocupados en la entidad, 41.2% de los hombres y 53.5% de las mujeres reciben mensualmente ingresos que no rebasan los dos salarios mínimos.

Algunas otras condiciones de trabajo

La población desempeña una gran diversidad de ocupaciones que se realizan con distintos niveles de intensidad. Algunas personas trabajaron pocas horas mientras otras tuvieron largas jornadas. En la entidad se aprecian claramente los contrastes: alrededor de 195 mil personas (6.3%) laboraron menos de 15 horas a la semana, en el otro extremo poco más de 819 mil personas invirtieron más de 48 horas a la semana, 26.4 por ciento. En tanto, poco menos de 1.3 millones (41.2%) desempeñaron jornadas laborales entre 35 y 48 horas semanales³. En promedio la población ocupada trabajó durante el tercer trimestre jornadas de 42.2 horas a la semana (si se comparan las cifras por sexo, el resultado es que en promedio los hombres laboraron 44.2 horas por 38.6 que invirtieron las mujeres).

Otro enfoque para caracterizar a la población ocupada es el que se refiere al ámbito y tamaño de unidad económica en que labora. En función de ello, si sólo se toma en cuenta el ámbito no agropecuario que agrupó poco más de 2.2 millones de ocupados durante el tercer trimestre de 2013, se distingue que al interior de este ámbito laboral, aproximadamente 1.2 millones (54.4%) se ocupó en micronegocios, alrededor de 317 mil (14.2%) lo hizo en establecimientos pequeños, 229 mil (10.3%) en establecimientos grandes, poco menos de 181 mil (8.1%) en otro tipo de unidades económicas, poco más de 147 mil (6.6%) en establecimientos medianos y poco más de 141 mil personas (6.4%) en el gobierno.

Trabajadores subordinados y remunerados

La encuesta permite identificar al grupo de trabajadores subordinados y remunerados⁴, los que representaron 63.7% del total de ocupados en la entidad. Al interior de estos, 96.0% fueron asalariados y 4.0% percibieron otro tipo de remuneración: comisiones, honorarios, trabajo a destajo, propinas, etcétera.

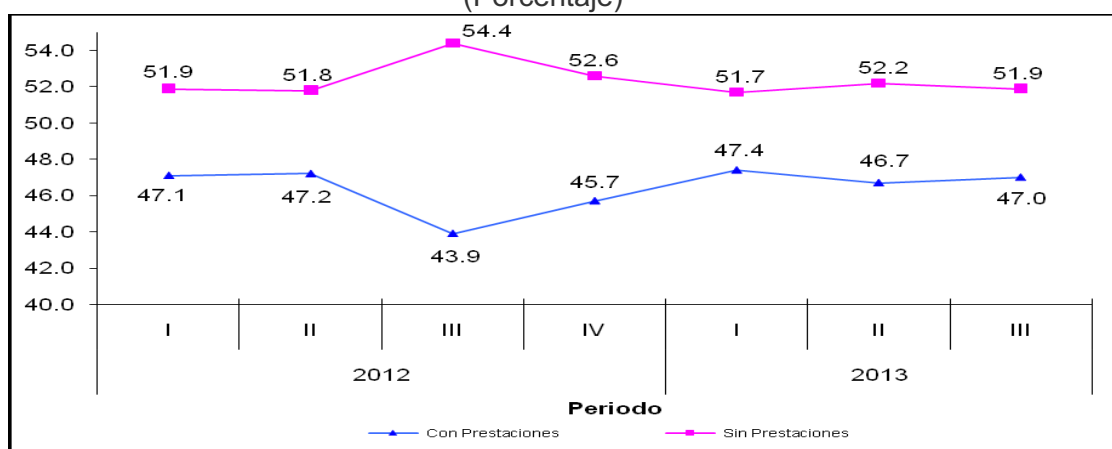
Por otra parte, poco más de 927 mil trabajadores subordinados y remunerados, es decir, 47.0% recibieron alguna prestación laboral como reparto de utilidades, aguinaldo, vacaciones u otras. En tanto, alrededor de 821 mil trabajadores, 41.6% contaron con

atención médica gracias a la actividad que desempeñaron. A su vez, casi 860 mil trabajadores, 43.6% dispusieron de un contrato por escrito, algo más de 1 millón de los subordinados y remunerados 55.4% no alcanzó esa clase de convenio legal. Ver gráfica 5.

GRÁFICA 5

POBLACIÓN OCUPADA SUBORDINADA Y REMUNERADA CON Y SIN PRESTACIONES

AL TERCER TRIMESTRE DE 2013
(Porcentaje)



Fuente: INEGI-ENOE-2013

Población subocupada

Otra forma de identificar a la población ocupada se da en función de su condición de subocupación, es decir, la necesidad de trabajar más tiempo, que se traduce en la búsqueda de una ocupación complementaria o de un nuevo trabajo con mayor horario. Al respecto, durante el periodo julio-septiembre, la población subocupada representó casi 238 mil personas, la subocupación se dio en 8 de cada 100 personas ocupadas.

Al observar a la población subocupada, en función de la posición que ocupa dentro de su trabajo, se tiene que aproximadamente 63.6% de los subocupados fueron trabajadores subordinados y remunerados, 30.8% trabajaron por cuenta propia, 3.2% empleados no remunerados, y 2.4% eran empleadores.

El sector de actividad que reportó mayor proporción de población subocupada fue el primario cerca de 104 mil personas (43.7%), seguido por el secundario o industrial con alrededor de 72 mil trabajadores (30.3%), los subocupados en el terciario (comercio y servicios) representaron 26.0%, es decir, 62 mil personas.

Población ocupada en el sector informal

La ENOE permite identificar de acuerdo con las recomendaciones internacionales a la población que labora dentro del sector informal⁵ de la economía. Los datos muestran que a nivel estatal, en el trimestre de referencia, la Tasa de Ocupación en el sector informal fue de 26.2%, es decir, poco más de una cuarta parte de los ocupados en la entidad.

Población desocupada abierta

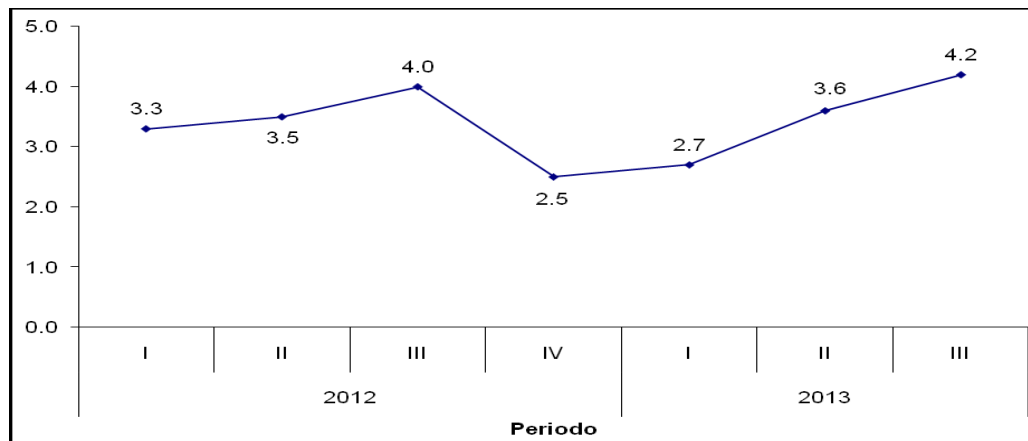
Como se ha reiterado en diversas ocasiones, la ocupación presenta distintos grados de intensidad, según la perspectiva desde la cual se le observe. Una de ellas es la población con trabajo cero, que se ubica entre la población ocupada y la no económicamente activa; es decir, población desocupada, la cual no trabajó siquiera una hora durante la semana de referencia de la encuesta, pero manifestó su disposición por hacerlo e hizo alguna actividad para obtenerlo.

Para el trimestre julio-septiembre de 2013, poco más de 135 mil personas se encontraban en desocupación abierta, lo que equivaldría a una Tasa de Desocupación Abierta (TDA) de 4.2% a nivel estatal. Tomando en cuenta el nivel de instrucción, la mayoría de los desocupados tenían estudios medio superior y superior (46.5%), en tanto que 26.1% cursaron secundaria completa.

Cabe aclarar que la Tasa de Desocupación Abierta no muestra una situación de gravedad en el mercado de trabajo, sino más bien la presión que la población ejerce sobre el mismo, lo cual está influenciado por diversas situaciones como las expectativas

y el conocimiento que tienen las personas que no trabajan sobre la posibilidad de ocuparse, así como por la forma de organización de la oferta y la demanda de lo laboral. Es por ello que se recomienda no considerarlo de manera aislada, sino como complemento de toda la información disponible sobre la participación de la población en la actividad económica. Ver gráfica 6

GRÁFICA 6
TASA DE DESOCUPACIÓN AL TERCER TRIMESTRE DE 2013



Fuente: INEGI-ENOE-2013

Principales Tasas Complementarias de la Desocupación Abierta

Las posibilidades analíticas de la ENOE permiten ampliar la perspectiva sobre el mercado laboral, por lo cual, el INEGI ha elaborado una serie de indicadores complementarios, entre los que destaca la Tasa de Condiciones Críticas de Ocupación (TCCO), que muestra un mundo diferente de aquel que se manifiesta a través de la desocupación abierta.

La TCCO es el indicador de situación laboral más representativo, ya que se centra exclusivamente en la población ocupada, es decir, la proporción de ésta última que se encuentra trabajando menos de 35 horas a la semana, por razones ajenas a su voluntad, a aquellos que trabajan más de 35 horas semanales con ingresos mensuales inferiores al salario mínimo, o a los que laboran más de 48 horas semanales ganando menos de dos salarios mínimos.

De acuerdo con la TCCO en la entidad, el porcentaje de ocupados que se encontraba en situación crítica de trabajo fue 13.7 por ciento. Por otra parte, la situación que guardo la TCCO por sexo fue la siguiente: 13.2% hombres y 14.8% mujeres.

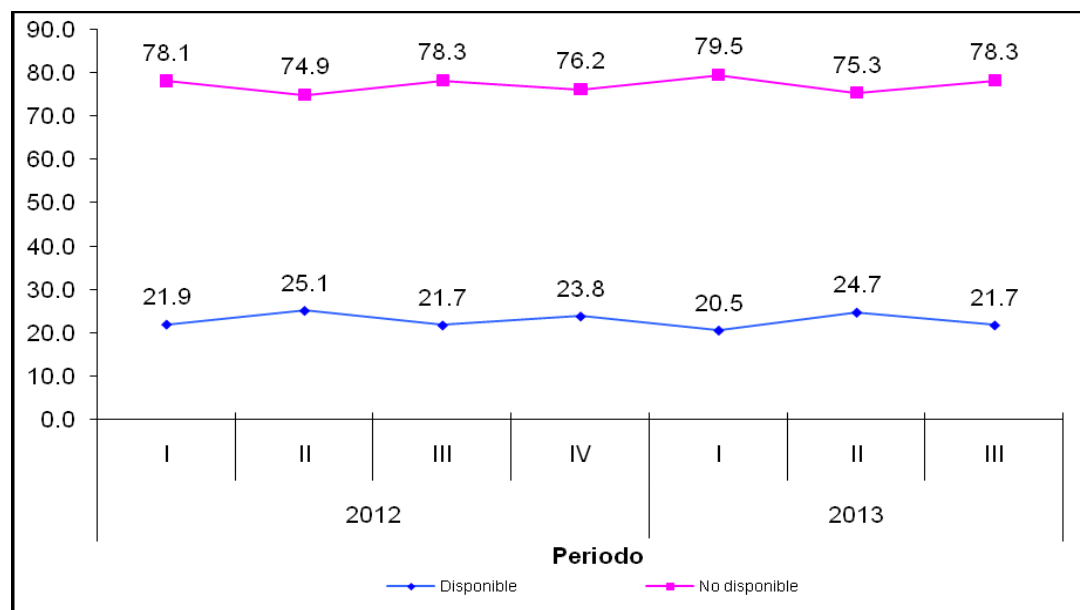
Otro indicador de gran relevancia es la Tasa de Presión General (TPRG) que mide la presión global del mercado de trabajo sin importar de donde proviene: representa la población desocupada, más la ocupada que realizó una búsqueda activa de trabajo, con respecto a la población económicamente activa (PEA). Así, para el tercer trimestre de 2013, la TPRG fue 5.5 por ciento.

Población no económicamente activa

La población no económicamente activa (PNEA) concentra a las personas que no participan en la actividad económica ni como ocupados ni como desocupados. Durante julio-septiembre de 2013, alrededor de 2.7 millones de personas, es decir, 45.8% del total de la población de 14 años y más integró este sector de la población, donde algo más de 2.1 millones de personas (78.3%) declaró no estar disponible para trabajar, debido a que tenían que atender otras obligaciones o tenían interés pero se encontraban en un contexto que se los impidió (impedimentos físicos, obligaciones familiares o estaban en otras condiciones). Por su parte, poco menos de 593 mil personas (21.7%) se declararon disponibles para laborar, pero no llevaron a cabo acciones al respecto, por lo que conforman el sector que eventualmente puede participar en el mercado como desocupado u ocupado. Información presentada en la gráfica 7.

GRÁFICA 7

POBLACIÓN NO ECONÓMICAMENTE ACTIVA, POR CONDICIÓN DE DISPONIBILIDAD
AL TERCER TRIMESTRE DE 2013
(Porcentaje)



Fuente: INEGI-ENOE-2013

De acuerdo con la información mostrada, el INEGI facilita a la sociedad más y mejor información sobre el comportamiento del mercado laboral mexicano.

Situación que pone de manifiesto el crecimiento que ha tenido el estado de Veracruz durante el tercer trimestre del 2013.

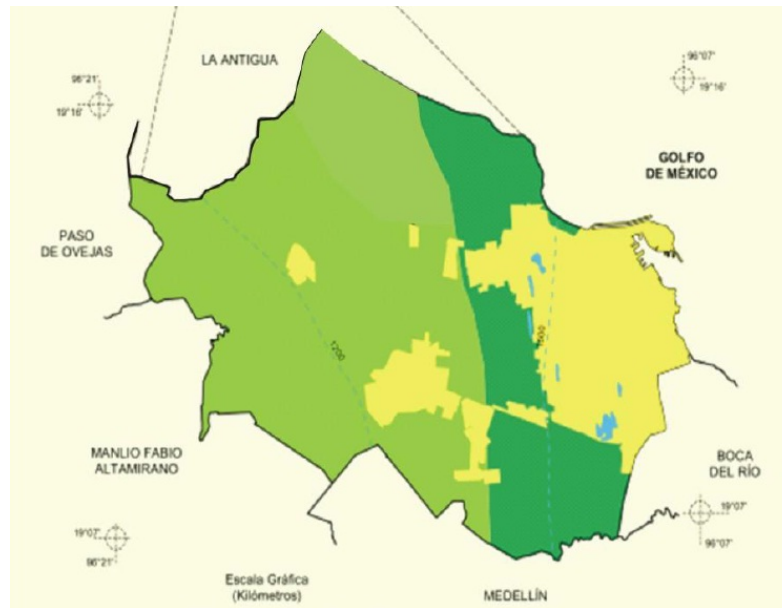
3.2 El Municipio de Veracruz

3.2.1 Ubicación geográfica

El municipio de Veracruz se encuentra entre las coordenadas geográficas de longitud oeste 96° 10' 12" y 96° 16' 12" y latitud norte 19° 6' y 19° 16' 12", con una altitud promedio de 10 metros sobre el nivel del mar. Está ubicado aproximadamente a 90 km de distancia de Xalapa y 400 km de la Ciudad de México, con una superficie de 232.3 km².

En lo que respecta a su ubicación, limita al norte con el municipio de la Antigua y el Golfo de México, al sur con Medellín y Boca del Río, al este con el Golfo de México, al oeste con Manlio Fabio Altamirano y al noroeste con Paso de Ovejas. El municipio de Veracruz está ubicado en la región de Sotavento del Estado de Veracruz. Ocupa el 0.34% de la superficie del Estado. Ver referencia mapa 2.

Mapa 2. Localización del Municipio de Veracruz.



Fuente: Prontuario de Información Geográfica Municipal de los Estados Unidos Mexicanos. INEGI 2008

El municipio de Veracruz se compone de ciertas localidades siendo estas: Puente Nacional, Úrsulo Galván, Paso de Ovejas, La Antigua, Soledad de Doblado, Manlio Fabio Altamirano, Veracruz, Cotaxtla, Jamapa, Medellín, Boca del Río y Tlalixcoyan.

3.2.2. Datos Sociodemográficos

De acuerdo con el Censo de Población y Vivienda 2010 (Reporte 11 de enero de 2011) efectuado por el INEGI, la población total del municipio de Veracruz era de 552,156 habitantes, de los cuales 290 619 eran mujeres y 261 537 correspondían a los hombres.

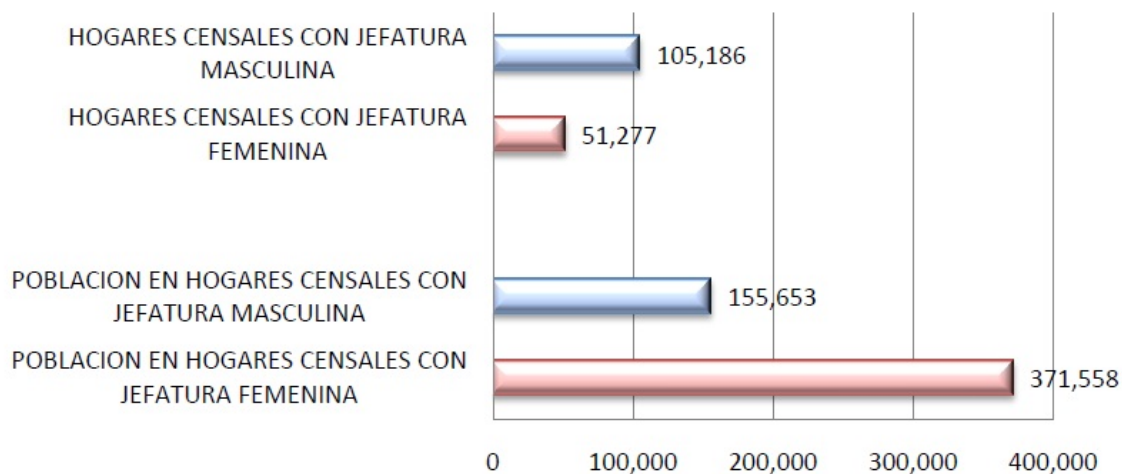
Por otra parte, la Zona Metropolitana de Veracruz puerto (ZMVER) ha sido definida por el INEGI, CONAPO y SEDESOL como la integración de los municipios de Veracruz, Boca del Río, Medellín y Alvarado, cuya población en 2010 ascendía a 801,122 hab.

La población del municipio de Veracruz ha ido en aumento, esto ha contribuido a que nuevos constructores inviertan en el territorio, dando origen a nuevos fraccionamientos de interés social que se ubican en la periferia de la ciudad, tal ha sido el caso de Colinas de Santa Fe, Casas Geo, Torrentes, Campanario, Fraccionamiento Río Medio I, II, y III, Fraccionamiento Oasis, entre otros en la zona norte, y al noroeste Casas Días, Residencial del Bosque, Hacienda Paraíso, Fraccionamiento Florida, Casas ARA, etc.

Por otro lado la población indígena del municipio de Veracruz es relativa, pues el porcentaje de indígenas en el municipio es apenas del 2%.

El municipio reporta la relación los hogares censales con jefatura masculina y femenina habiendo más hogares con jefaturas masculinas, sin embargo existen más población de familias con mayor número de integrantes con jefaturas femeninas, esto demuestra la importancia que tiene implementar políticas de género en apoyo a las madres trabajadoras. Ver gráfica 8

GRÁFICA 8
HOGARES CENSADOS DEL MUNICIPIO DE VERACRUZ



Fuente: Información proporcionada por el INEGI de los censo poblacional 2010.

A continuación se presentan los datos económicos del municipio de Veracruz, estos exhiben un panorama general a pronosticar el futuro económico y anticiparse a los cambios económicos.

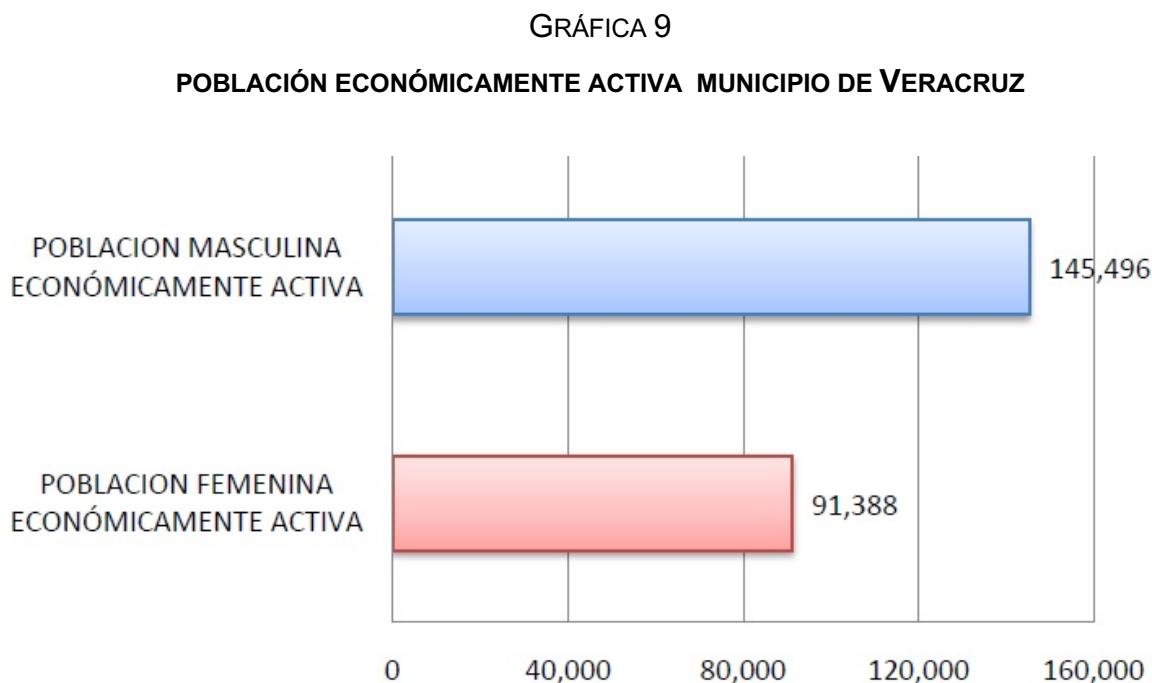
3.2.3 Datos económicos

Veracruz es conocido como la Puerta de México al Mundo, ya que el puerto ha sido uno de los más importantes del país desde sus inicios en la época virreinal hasta la época actual, durante 250 años fue el único Puerto por el cual podían entrar y salir mercancías de América Continental hacia Europa. Actualmente se planea la expansión del Recinto Portuario con terrenos ganados al mar y otros cedidos por el gobierno federal, y se espera que de 19.5 millones de toneladas que tiene de capacidad en la actualidad pase a 118 millones, y de 19 posiciones de atraque a 48. El municipio de Veracruz pertenece a la región económica Sotavento. Gobierno del estado de Veracruz. (2010)

Sus ingresos principalmente provienen del comercio, puesto que es un puerto comercial, seguido del turismo que es también muy importante ya que en esta ciudad se realiza el Carnaval de Veracruz el cual es considerado el más importante de México. Otras actividades comunes son la industria automotriz, la siderúrgica y la pesca. El

2.01% de la población municipal se dedica al sector primario, el 24% al sector secundario y el 67% al sector terciario.

La población económicamente activa del municipio de Veracruz se distribuyó en el 2011 de la siguiente manera. Información representada en la gráfica 9.



Fuente: INEGI-ENOE-2011

El comercio, es una actividad que se encuentra en constante crecimiento, debido a los factores sociales y económicos que afectan la situación actual del país. Sin embargo, ésta, también se incrementa por la diversidad de giros que cada día se van creando o desarrollando por la variedad de productos o marcas que ingresan al territorio nacional; aunque, esta situación, se ve más afectada en el comercio ambulante o semifijo que vende productos de importación (chinos) y piratería principalmente, que afectan en sobremanera la imagen de los espacios públicos, generando falta de limpieza, inseguridad y afectaciones directas a la situación económica de los comercios legalmente establecidos. Asimismo, podemos decir, que el crecimiento del comercio establecido es muy poco a casi nulo en el Centro Histórico; debido a la falta de políticas públicas y facilidad de trámites de las anteriores administraciones tanto en la

revitalización de la imagen del Centro Histórico como en generar las condiciones propicias para la generación de inversiones. Se considera que al menos hay 4 comercios establecidos por cada cuadra de la ciudad actualmente, considerando que son 7100 cuadras en el territorio del municipio hay 28,400 negocios establecidos. Dirección de Comercio del H. Ayuntamiento de Veracruz (2012).

Con lo que respecta al total del valor de la producción agropecuaria en el municipio de Veracruz, se reporta la siguiente información ver cuadro 3.

Cuadro 3

Producción agropecuaria del Municipio de Veracruz en 2012

Área	Montos \$	%
Ganadería	28,238,780.00	59.54
Agricultura	18,593,970.00	39.20
Acuacultura y Pesca	60,000,00.00	1.26
Total	47,432,750.00	100.00 %

Fuente: Información proporcionada por la Dirección de Fomento Agropecuario del H. Ayuntamiento de Veracruz, Ver. 2012.

En el sector industrial la ciudad de Veracruz ofrece oportunidades para las industrias de la transformación en la ciudad industrial “Bruno Pagliai”, zona que alberga a más de 100 empresas entre ellas están: Tubos de Acero de México, S.A., Schlumberger de México S.A. de C.V., Turbinas Solar, S.A. de C.V., Convitec de Veracruz, S.A. de C.V., Lala del Sureste, S.A. de C.V., Cooper Cameron de México, S.A., Unipharm de México, S.A. de C. V., Metalyzinc, S.A. de C.V., actualmente existe el proyecto para nuevos terrenos para los parques industriales en desarrollo Santa Rita y Santa Fe.

Con lo respecta a las arterias de acceso de comunicación, la ciudad de Veracruz cuenta con tres arterias muy importantes como son Rafael Cuervo-Cauhtémoc, Allende-Miguel Alemán y Díaz Mirón; las avenidas oscilan entre los 6 y 10 carriles de doble sentido; tiene 7 puentes existentes en la ciudad que son: Puente Circunvalación, Cauhtémoc, Jiménez, Morelos (el más antiguo de la ciudad), Xalapa, Allende y 2 distribuidores viales J.B.Lobos (Aeropuerto) y Olmeca.

Actualmente se tiene planeado construir dos distribuidores viales más, uno en la Boticaria y otro a la salida a Medellín, y la construcción del periférico veracruzano de Santa Fe a Paso del Toro. Dirección de Desarrollo Económico del H, Ayuntamiento de Veracruz (2012)

El sector turístico en el municipio de Veracruz es considerado como un destino de historia y cultura con atractivos adicionales como son sus playas. La ciudad cuenta con 118 hoteles locales y 53 en la zona conurbada con un total de 9,637 habitaciones, de las cuales 1,121 corresponden a la categoría de cinco estrellas y más de 300 empresas de servicios turísticos. Este sector genera más de 35,000 empleos directos y 55,000 empleos indirectos.

Dentro de las atracciones turísticas más importantes se encuentran el centro histórico que incluye el zócalo, faros y museos, teatros, edificios de correos, telégrafos, aduana y ferrocarril, acuario y un delfinario. El servicio del tranvía del recuerdo es un atractivo turístico y cultural para los visitantes del municipio.

Se está trabajando en el rescate del centro histórico. El principal evento turístico del municipio es el carnaval, que normalmente se realiza en el mes de febrero.

La pesca deportiva y paseos turísticos en lancha en las cercanías al puerto, como la Isla de Sacrificios, Cancuncito, Isla de en medio, Isla verde, y la zona arrecifal, son una opción para los visitantes y habitantes del puerto. La zona arrecifal de Veracruz, es una de las más reconocidas y visitadas por los conocedores nacionales e internacionales del deporte del buceo, siendo esta otra alternativa turística. Veracruz también ofrece recorridos turísticos a localidades y municipios vecinos que cuentan con atractivos históricos, arqueológicos, de recreo o de deportes extremos. Dirección de Turismo del H. Ayuntamiento de Veracruz (2011)

En relación al Sector Portuario, la ciudad de Veracruz tiene el puerto marítimo se considera entre uno de los más importante de México, manejando más de 18 millones de toneladas de carga, más de 14 en importación y más de 4 millones de exportación.

La infraestructura portuaria cuenta con una terminal de contenedores con capacidad para almacenaje y movimiento de más de 642, 000 anuales.

El recinto portuario cuenta con más de 500 hectáreas para su operación incluyendo las áreas en proceso de expansión.

Los principales tipos de carga son: general suelta y contenerizada, general mineral y agrícola, fluidos y vehículos, etc. Cuenta con capacidad para recibir barcos de hasta 60, 000 toneladas y genera más de 8, 000 empleos directos y 30, 000 empleos indirectos. La imagen 1 muestra el recinto portuario perteneciente al Municipio de Veracruz.

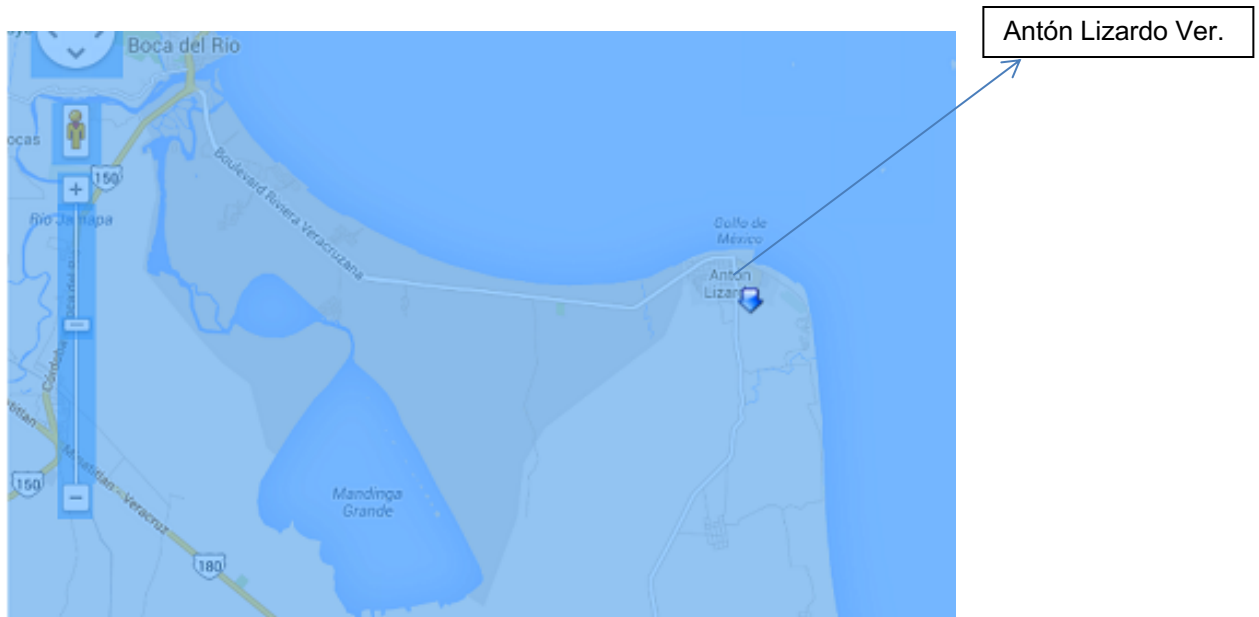


Imagen 1. Recinto Portuario del Municipio de Veracruz

A continuación se describe la zona, misma donde se realizó esta investigación objeto de estudio.

3.3 La zona de Estudio

3.3.1. Localización de la zona de estudio



Mapa 2. Zona de estudio Antón Lizardo Ver.

Antón Lizardo es una localidad y puerto del estado mexicano de Veracruz de Ignacio de la Llave. Está ubicado en el municipio de Alvarado y forma parte de la Zona Metropolitana de Veracruz.

Se encuentra ubicado en las coordenadas $19^{\circ}03'24''N$ $95^{\circ}59'17''O$ y a una altitud de 20 metros sobre el nivel del mar.

Se localiza a unos 23 kilómetros al sureste de la localidad de Boca del Río, con la que se comunica por una carretera asfaltada. Antón Lizardo es principalmente conocida por ser la sede de la Heroica Escuela Naval Militar, la principal institución educativa y de formación de oficiales de la Armada de México; en 1914, las fuerzas de Estados Unidos ocuparon el puerto de Veracruz y atacaron a la escuela naval, que fue heroicamente defendida por sus cadetes, entre los que destacaron Virgilio Uribe y José Azueta.

De acuerdo a los resultados del Censo de Población y Vivienda realizado en 2010 por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía, Antón Lizardo poseía una población

de 6,187 habitantes, de los cuales 3,466 eran hombres y 2,721 mujeres. La población mayor de 18 años es de 4.405, para alojar a sus habitantes Antón Lizardo cuenta con 1.220 viviendas, el 19.10% de las cuales están rentadas por sus moradores.

El grado medio de escolaridad en Antón Lizardo es de 7.75, la media en el municipio es de 6.46, en el estado de 6.42, mientras el número sea más alto indica una población con mayor formación académica.

La población económicamente activa en la localidad de Antón Lizardo es de 2.670 (41.74% de la población total) personas, las que están ocupadas se reparten por sectores de la siguiente forma:

Sector Primario: 428 (16.29%) (Municipio: 29.74%, Estado: 32.39%) Agricultura, Explotación forestal, Ganadería, Minería, Pesca.

Sector Secundario: 206 (7.84%) (Municipio: 15.75%, Estado: 19.90%) Construcción, Electricidad, gas y agua, Industria Manufacturera.

Sector Terciario: 1.994 (75.88%) (Municipio: 54.51%, Estado: 47.72%) Comercio, Servicios, Transportes

Nivel de ingresos de la localidad de Antón Lizardo (número de personas y % sobre el total de trabajadores en cada tramo):

0 Salarios mínimos (sin ingresos): 33 (1.26%), - de 1 Salario mínimo: 364 (13.90%), 1-2 Salarios mínimos: 460 (17.57%), 2-5 Salarios mínimos: 1.584 (60.50%), 5-10 Salarios mínimos: 91 (3.48%), 10+ Salarios mínimos: 86 (3.28%), Trabajadores por N° de Salarios Mínimos que reciben. INEGI (2010).

3.3.2 Descripción de la zona de estudio

La importancia de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), radica en que son las principales generadoras de desarrollo económico de cualquier país, motivo por el cual a continuación se presenta un análisis en la zona de estudio.

La zona de estudio de Antón Lizardo, en su principio se forma con la llegada de pescadores y con el paso de los años forma parte de una zona turística por estar cerca

del puerto de Veracruz, y boca del río. Asimismo llega a establecerse la heroica escuela naval militar, con lo cual llega personal que trabaja para esta escuela y familiares, esto hace que el pueblo crezca. Y con la construcción de algunos centros deportivos como el club de golf, la gente comienza a visitar Antón Lizardo y algunas señoras del lugar empiezan a vender comida y así comienzan a dar oportunidad para el nacimiento de microempresas, que con el paso del tiempo se han manejado muy bien y hoy en día son restaurantes que ofrecen comidas y bebidas típicas de la zona y con ello surgen otras microempresas de otros ramos, tiendas de abarrotes, tortillerías, supermercados, etc. Hoy en día Antón Lizardo recibe visitantes de muchos lados por sus playas limpias, pues al ser un pueblo chico sus drenajes no van al mar y tienen atractivos como el buceo y son otro ramo de microempresas que dan servicio al turismo.

Antón Lizardo fue habilitado como puerto en 1881, sin que su tráfico llegara a ser importante, debido a los arrecifes que lo protegen y dificultan la navegación (islas: Salmedina, Enmedio, Blanquilla, Chopas, Rizo, Cabeza, Anegada, Topatilla, Peyote, De al lado, De enfrente, Anegadilla y Guilla). Es, como ya se dijo, sede de la Academia Naval.

Antón Lizardo es uno de los lugares favoritos de los integrantes del Club de Pesca Deportiva Caguama, ya que es un apacible y típico pueblo de pescadores de la inmensa y bella costa veracruzana. Ahí puedes encontrar cabrilla, villajaiba, chucumite, robalito, esmedregal, general, perra, lora, pluma, huachinanguito, negrilla, lenguado, y de vez en cuando, un pequeño peto, por mencionar sólo algunas de las especies que allí abundan.

Es, además, el lugar de descanso favorito de los habitantes de las poblaciones cercanas que gustan de disfrutar del sol y del agua, así como de sus refrescantes bebidas preparadas como los “toritos” al cacahuete, guanábana o mamey, rematando con un delicioso helado de ron especialidad del lugar. Desde la orilla del mar, sobre la playa y hacia el horizonte, se ven tres pequeñas islas ocurrentemente llamadas “la de enfrente”, “la de en medio” y “la de al lado” o “la Medina”, a las que se accede en lancha durante el trayecto pesquero.

Es posible visitar las instalaciones de la Heroica Escuela Naval Militar, así como las islas mencionadas si se tramita el permiso necesario ante las autoridades competentes. Como dato curioso no se puede entrar en traje de baño o short, ni con chanclas o algún otro atuendo informal, es decir, se debe ir propiamente vestido con zapatos, calcetines, pantalón largo y camisa. La atención es de primera a cargo de oficiales debidamente capacitados para brindar la mejor y más amable atención en sus espaciosas instalaciones.

3.3.2.1 Diagnóstico de la zona

La importancia de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), es que son las principales generadoras de desarrollo económico de cualquier país, por lo cual a continuación se presenta un análisis en la zona de estudio.

Los datos recopilados en este diagnóstico indican que las micro y pequeñas empresas en el municipio de Alvarado, representan un sector detonante de apertura, crecimiento, desarrollo económico, empleo, de ingreso familiar y lo mejor, calidad de vida de la población como consecuencia de su esfuerzo a emprender su propio modo vivendi

La zona de estudio se localiza en la zona costera entre la congregación de mata de uva y mandinga, a continuación se muestran los siguientes datos.

Se realizó un censo in situ en el ara, identificándose un total de 116 microempresas, de las cuales 77 son dirigidas por mujeres y 39 por hombres, lo cual indica que el 66% de los casos la mujer está presente aportando desarrollo para la comunidad y como consecuencia al municipio.

A continuación en la tabla 2 se presentan los datos obtenidos en la investigación de campo de acuerdo con las actividades empresariales que realizan

Tabla 2. Actividades empresariales que se realizan en la zona de estudio.

Actividades	Mujeres	Hombres
Tienda y abarrotes	7	6
Tortillería	2	1
Pastelería	4	
Venta de hielitos	7	
Venta de tamales	5	
Pollos asados	3	2
Antojitos	9	
Venta de tacos	6	3
Cocina económica	6	
Restaurant	10	5
Venta de zapatos	1	
Venta de ropa	1	
Papelería	2	2
Farmacia	1	1
Tienda de regalos	1	
Buceo		2
Ferretería		3
Estética	3	2
Costurera	1	1
Doctor		1
Dentista	1	1
Aluminio		2
Herrería		2
Apoyo escolar	1	
Lavandería	1	
Laboratorio de análisis clínicos	3	1
Renta y mantenimiento de equipo de cómputo	1	
Reparación de autos		2
Gimnasio o actividades físicas	1	1
Renta de sillas		1
Total negocios	77	39
Total	116	

Fuente: Elaboración propia en base a la investigación

Según el resultado del censo in situ se obtuvo que la principal actividad en que participan las mujeres como microempresarias es en los restaurantes, seguida por la venta de antojitos, cocina económica, ventas de tacos, para la actividad de los hombres son ferretería, herrería, taller de aluminio entre otros.

Con estos datos preliminares se conforma que hoy en día las mujeres forman parte importante del mundo de los negocios y no solo como amas de casa y madres de familia, en la actualidad existen un gran número de mujeres microempresarias que en

su afán de superarse y sacar adelante a una familia luchan por hacerse de un patrimonio incursionando en los negocios, las cuales pueden representar una de las principales fuentes de ingresos para sus hogares.

De acuerdo al INEGI (2010) el estado de Veracruz reporto un total de 7 643 194 habitantes, de dican cantidad, 3 695 679 eran hombres y 3 947 515 eran mujeres.

La tasa de crecimiento anual para la entidad durante el periodo 2005-2010 fue del 2.0%

Así mismo se presentaron datos los cuales indicaban con un grado promedio de escolaridad de 7.7\$ y además con un porcentaje de población analfabeta de 12.0%.

Su crecimiento del PIB fue de 17% formando parte de las seis primeras economías del país, la industria, energía, turismo, comercio y agronegocios, la consolidaron como el tercer estado con más unidades económicas productivas.

Por su parte el municipio de Alvarado lugar donde se ubica la zona de estudio de esta investigación muestra que su ingresos principalmente provienen del comercio, puesto que es un puerto comercial y pesquero seguido del turismo que es también muy importante, ya que en este municipio se tienen playas muy limpias, es decir fuera de la contaminación ambiental que al turismo les atrae, porque además es una zona considerada barata y de muy buena calidad

Mientras tanto la zona de estudio de Antón Lizardo su población total fue 6187 personas, 3466 hombres y 2721 mujeres.

A continuación en el capítulo IV se muestran los resultados de la investigación de campo, se utilizó un cuestionario diseñado por 20 preguntas dirigidas a identificar aspectos relacionados con el rol de género, igualdad en su actividad profesional, la discriminación en el ámbito empresarial, dificultades para trabajar en equipo dicho instrumento se aplicó a microempresas dirigidas por mujeres, dicho instrumento se aplicó a 85 microempresas localizadas en la zona de Antón Lizardo municipio de Alvarado.

CAPITULO IV DISEÑO METODOLOGICO.

4.1 Método de investigación

Para este tipo de estudio se adoptó una metodología mixta, en la que se utilizaron tanto técnicas cuantitativas como cualitativas.

Entre las técnicas de investigación cualitativas que se manejaron para el presente trabajo fueron las siguientes:

a) La observación participante: Su aplicación se realizó durante las visitas a los espacios laborales, así como en aquellos momentos de pequeñas estancias con los microempresarios y con los integrantes de su grupo de trabajo, permitiendo dar descripciones de los acontecimientos y vivencias de los propietarios de las microempresas, así también se utilizó la entrevista para obtener información sobre el punto de vista y experiencia laborales y cultura financiera práctica.

Durante el desarrollo de la observación participante se tomaran anotaciones importantes, sobre la integración de sus actividades para identificar los hábitos del manejo de su dinero.

b) Entrevistas semi-estructurada: Se efectuaron con algunos empresarios de la zona de estudio con la finalidad de obtener datos referentes a su cultura empresarial y financiera.

c) Historias de Vida: El objetivo de esta técnica fue para conseguir información que ayudará a reconocer cómo han aplicado las habilidades, hábitos de ahorro e inversión que le han servido para mantenerse en el mercado.

Técnicas de Investigación Cuantitativa

Para esta técnicas en primera instancia se obtuvo la información de campo mediante la aplicación de un cuestionario (Anexo 1) estructurado por 20 preguntas dirigidas a identificar aspectos relacionados con el rol de género, igualdad en su actividad

profesional, la discriminación en el ámbito empresarial, dificultades para trabajar en equipo, pero sobre todo a identificar su cultura empresarial y financiera en la congregación de la zona de estudio.

El instrumento se aplicó a un total de 85 microempresarios de la zona, comprendidos por 67 microunidades dirigidas por féminas y 18 por los hombres. Los resultados aquí descritos comprenden actividades desarrolladas en los meses de enero y febrero del 2014.

Para este trabajo de investigación se empleó el estudio descriptivo y exploratorio, con el propósito de explicar la realidad observada en el desarrollo de las microempresas in situ y describir las características y perfiles importantes de los microempresarios.

En este contexto la investigación atiende a un objetivo en particular siendo el de Identificar el nivel de educación financiera que desarrollan las microempresarias para contender en el mercado.

Hipótesis Alternativa:

El nivel de educación financiera que poseen o desarrollan las mujeres microempresarias de Anton Lizardo del Municipio de Alvarado Ver.

Hipótesis Nula:

El nivel de educación financiera que poseen o desarrollan las mujeres microempresarias de Antón Lizardo del Municipio de Alvarado Ver. no son las más adecuadas para permanecer en el mercado.

Preguntas de investigación:

¿Los microempresario poseen cultura empresarial y financiera que les permite ser personas de éxito?

¿Cómo se organizan los microempresarios para dirigir sus micronegocios?

Muestra

Para la selección de la muestra se empleó la no probabilística y de conveniencia debido a que no se utilizan procedimientos de selección por casualidad, sino que más bien depende del juicio personal del investigador. Malhotra (2007).

4.2 Análisis y Resultados.

En el presente apartado se muestra el análisis y los resultados de los cuestionarios aplicados a una muestra de 85 microempresarios, de los cuales fueron, 67 mujeres y 18 hombres.

A) DATOS GENERALES DE LA EMPRESA.

A3. Giro

De acuerdo a los 85 cuestionarios aplicados en la zona de estudio, se obtuvo como resultado que el giro económico de las microempresas corresponde a 40% a sector comercio 13.33% al sector de producción y 46.67% al sector de servicios

A4. No. De trabajadores (as)

De las encuestas aplicadas en la zona de estudio, el número de trabajadores de las 85 microempresas, corresponden a 5 entidades que no disponen de trabajadores y constituyen el 5.88%, 15 de ellas reportan 1 trabajador y participa con el 17.65%, 37 cuentan con 2 y representan 43.53%, 14 tienen 3 y representa 16.47%, 8 tienen 4 y representa el 9.41%, 4 tienen 5 y representa el 4.71%, 2 tienen 15 y representan el 2.35%

B. DATOS DEL EMPRESARIO

B1. Sexo

En lo que se refiere al sexo de los microempresarios de la zona de estudio, se identificó que 67 son del sexo femenino con un 78.82% y 18 del sexo masculino con un 21.18%

B2. Edad.

De los 85 encuestados se identifica el rango de edades de los microempresarios de los cuales el promedio de edades que se sitúa en 20 a 35 años que representa el 15.29% de 35 a 45 años el 23.53% y de 45 a 55 el 43.53% y de 55 años en adelante el 17.65%

B3 Estado Civil

De los microempresarios encuestados identificamos en la zona de estudio que 35 personas son casadas con un 41.18, 10 son solteros con un 11.76% 16 son divorciados con un 18.82% y 24 en unión libre con un 28.24%

B4. Nivel de estudios

En lo que concierne al nivel de estudios de los 85 cuestionarios aplicados en la zona de estudios dio como resultado que 12 microempresarios tienen estudios de primaria cuyos datos corresponden al 14.12%, 29 con secundaria representan el 34.12% 35 con bachillerato representando el 41.18% y 9 con profesional el cual representa el 10.58%

Edad de las microempresarias

De los 67 mujeres microempresarias se identifica el rango de edades que se sitúa en 20 a 35 años 20 mujeres que representa el 29.85% de 35 a 45 años 12 mujeres que representa el 17.91% y de 45 a 55 años 20 mujeres que representa el 29.85% y de 55 años en adelante 15 mujeres que representa el 22.39%

Motivos por el cual creo su empresa

Ausencia de oferta en el empleo	5	7.46%
Continuidad de empresa familiar	2	2.99%
Detección de una necesidad de mercado	1	1.49%
Deseos de tener negocio propio	7	10.45%
Realización personal y autoestima	31	46.27%

Necesidad de autonomía financiera	10	14.93%
Mejorar las condiciones de vida para la familia	11	16.41%

Hábitos y Costumbres, grupos sociales enseñanza de la madre.

1. ¿Intervienen los factores culturales de las mujeres en la producción empresarial?

De las 67 microempresarias comentan que si intervienen los factores culturales de las mujeres en la producción con un 74.63% siendo religión y costumbres y con un 25.37% niegan intervienen

2. ¿El rol de género tiene relación con?

De las 67 encuestas aplicadas a la zona de estudio los resultados fueron: Relaciones interpersonales con 20.90% Las relaciones grupales normativas 14.92% Las diferentes generaciones 25.37% El desempeño laboral 38.81%

3. ¿Desde su punto de vista. ¿Existe igualdad de género en su actividad profesional?

Si 76.47% y no 23.53%

4. ¿Se ha sentido discriminado en el ámbito empresarial por ser mujer?

De las 67 entrevistadas 37 no se han encontrado con dicha barrera con el 55.22% y 30 si se han encontrado con barreras representando el 44.78%

5. En su opinión, ¿Cuáles son las estrategias competitivas específicas de género que aplican las mujeres para contender en el mercado?

De las 67 entrevistas se dieron los siguientes resultados en cuanto al Liderazgo con 10.45% al compromiso le corresponde un 37.31% en relación a la calidad 14.93% en las estrategias de mercado un 17.91% y por las emprendedoras 19.40%

6. ¿Cuáles son los factores de éxito en las empresas dirigidas por mujeres?

En lo que se refiere a la Responsabilidad un 37.31% en la organización un 22.39% por la administración un 19.40% en el desarrollo de habilidades un 14.93% y por mantener un clima laboral un 5.97%

7. ¿Considera usted que hay dificultades para que las mujeres trabajen en equipo?

De los 85 encuestados manifestaron que no hay ninguna dificultad para que trabajen en equipo representado por un 70.59% que corresponde a 60 personas y el 29.41% opinaron lo contrario de los cuales fueron 25 personas.

Toma de decisiones, diferencia de opiniones, comunicación

8. ¿Qué porcentaje del personal de su empresa son mujeres?

De microempresarias que son 67

Menos del 30% 25

El 50% 10

El 70% 30

El 100% 2

De microempresarios que son 18

Menos del 30% 10

El 50% 2

El 70% 4

El 100% 2

9. ¿Cuáles son los problemas más comunes en la relación entre sus trabajadoras mujeres y usted?

Estos son los problemas más comunes en cuanto a la falta de comunicación es un 10.45% de 7 personas, por la diferencia de opiniones un 5.97% de 4 personas, por la impuntualidad 11.94% de 8 personas y en cuanto a no hay problema un 56.72% de 38 personas

10. ¿Para las decisiones de su empresa toma en cuenta las opiniones de sus trabajadores (as)?

El 82.35% manifestaron que si son tomadas en cuenta sus opiniones mientras que el 17.65% manifestó que en forma negativa.

Planeación, Organización, Dirección, Control

11. ¿Qué actividades funcionales realiza habitualmente?

Dirección 4.48% 3 casos

Compras 14.93% 10 casos

Administración económica y financiera 17.91% 12 casos, Control, calidad y supervisión 2.99% 2 casos, Distribución 7.46% 5 casos, Producción 2.99% 2 casos, Gestión de personal 0% 0 casos, Planeación estratégica 0% 0 casos, Todas 49.24% 33 casos

12. ¿Qué cursos de formación ha recibido?

Computación básica 4 personas, Seguridad e higiene 2 personas, Contabilidad 6 personas, Administrativo 5 personas, Ventas 2 personas, Otros 0, No he recibido información 48 personas

13. ¿Qué volumen de ventas de producto o servicio realiza en promedio por día?

De las 67 entrevistadas se encontró que el volumen de ventas de producto o servicio que realizan al día es de 100 a 500 pesos con el 40.30%, y de 500 a 1000 pesos son 26.87% de 100 a 2000 pesos es de 22.39% y de más de 2000 pesos es de 10.44%

14. ¿Cómo obtiene el precio de venta que asigna a su producto/servicio?

Lista de precios del proveedor con un 37.31%, de acuerdo a la competencia con un 43.28%, no se tiene definido con un 10.45% y por costo utilidad un 8.96%

15. ¿Tiene algún método para obtener su utilidad y/o pérdida en ventas?

De la 67 encuestas efectuadas nos indican que el 62.69% carecen de algún método.

16. ¿Qué porcentaje de su flujo de efectivo utiliza para producción?

Menos del 30% 7 casos, Del 30% al 50% 48 casos, Mas del 50% 19 casos

17. ¿Qué porcentaje de sus utilidades ahorra?

10% 40 casos, 20% 10 casos, 30% 10 casos, Mas 7 casos

18. ¿Tiene un crédito vigente?

El 44.78% comenta que si tiene un crédito y el 55.22% que no

19. ¿De acuerdo a su último balance, ¿sus ingresos son mayores que sus gastos?

De las encuestas efectuadas en la zona de estudio el 67.16% dicen que sus ingresos si son mayores que sus costos.

20. ¿Cómo invierte sus excedentes?

De los datos obtenidos el 29.85% invierte en una Cuenta de inversiones a plazos, el 28.36% Compra terrenos y el 41.79% compran prendas de oro.

CONCLUSIONES

Las mujeres empresarias juegan un papel cada vez más significativo en la promoción del crecimiento y desarrollo de nuestro país, su participación en la economía se manifiesta por causas diferentes; entre las trabajadoras ha sido asegurar el ingreso del hogar, cambios en la estructura familiar, mayor nivel educativo de las mujeres y una creciente responsabilidad compartida para el sustento del hogar. En tanto, entre aquellas que se dedican a las actividades empresariales, son la necesidad de obtener mayores ingresos, la pérdida de empleo o la continuación de la empresa familiar.

A diferencia de los hombres dedicados a las actividades empresariales, para las mujeres han significado, en algunos casos, afrontar situaciones de discriminación o desventaja debido a la inexperiencia y a la falta de conocimientos sobre gestión empresarial, lo que obstaculiza el crecimiento y consolidación de sus empresas, lo que limita su desarrollo competitivo. (Inmujeres, 2009).

Así mismo se han identificado algunas razones que impulsan a las mujeres a ser empresarias si bien son múltiples, diversos estudios consideran que son dos los que predominan:

- No es precisamente la intención de construir un enorme emporio económico, pero si impera el deseo de tener un negocio propio.
- Las crisis afectan en mayor medida a las empresarias que a los empresarios, sin embargo, predomina la necesidad de obtener mayores ingresos.

Para efectos de este trabajo se considera “Mujer empresaria” a toda aquella mujer que inicia, dirige, opera y desarrolla una empresa propia, en la cual genera un bien o servicio, y cuya constitución puede ser en forma individual y colectiva.

Resulta importante señalar que no existe un arquetipo de mujer empresaria como tal. Se asume, de manera genérica y no disgregada, que existen ciertas características comunes del colectivo de mujeres empresarias. Por ejemplo, tienden a operar sus negocios desde el hogar y sobre la base del medio tiempo, administran bajos niveles de financiamiento, así como utilizan fuentes informales y más caras de financiamiento;

finalmente una minoría se integra a las redes sociales de empresarias y/o empresarios. Marlow (2009).

Por lo anterior y ante el análisis de efectuado se muestra los resultados producto de la investigación en cuestión, que permitió identificar cual es el nivel de educación financiera que desarrollan las microempresarias para contender en el mercado, situación que indica que las mujeres empresarias de la zona de estudio se encuentran en muy pocas desventajas en comparación con otros empresarios.

RECOMENDACIONES

Seguir con sus negocios (microempresas) enfrentando los cambios y conservando sus tradiciones, en su forma de ser y hacer que de acuerdo a los resultados de la investigación le han sido favorables.

Continuar con sus prácticas de ahorro e inversión que le son favorables pues invierten en terrenos y alhajas que son una forma de hacer un patrimonio, pues es una estrategia vía capital que se forma con el paso del tiempo, y son el fruto de los esfuerzos que hace todo emprendedor.

Buscar información para mejorar los procesos de sus microempresas, asistiendo a cursos de apoyo en los procesos del servicio que prestan, elaboración y presentación de sus productos., platicas con los ejecutivos en los bancos, algún asesor financiero para la mejora en su cultura financiera que lo hacen bien pero se puede mejorar.

Hacer que sus activos produzcan dinero para cerrar el círculo de la educación financiera que es: hábitos ahorro, inversión y hacer que el dinero trabaje para el microempresario como recompensa a sus esfuerzos descomunales para poder realizar su sueño.

Algunos tips que se deben tomar en cuenta para el retiro del emprendedor:

Los latinos somos sensibles y con calor humano, es muy raro que fríamente le demos vuelta y nos olvidemos de nuestro negocio al retirarnos, se recomienda que usando el sentido común y la razón, vea los peligros de dejar el negocio a la deriva a su muerte, debe encontrar formas inteligentes de capacitar, evaluar y darle poderes reales operativos a sus sucesores potenciales así como elegirlos y ayudarlos con sus objetivos con suficiente tiempo.

La presencia de un consejo administrativo puede ser muy útil para resolver estos asuntos, pero en verdad en las empresas familiares de todo tipo el dueño (a) es el que debe elegir a su sucesor, que la persona clave para dirigir su propio trabajo, el consejo puede ejercer presión pero la decisión regresa al dueño.

Entendiendo los asuntos psicológicos justificables en el emprendedor para no retirarse, así como su situación financiera, patrimonial, testamentaria, un asesor externo puede ayudar, con mucho cariño y tacto a llegar a un buen acuerdo. Puede incluso sugerir un plan a mediano plazo tomando en cuenta los detalles particulares de cada empresa y sus dueños.

Retirarse no es sinónimo de morir si uno sabe planearlo con tiempo, lo que sí es peligroso es aferrarse a un puesto que afecta la continuidad del negocio familiar o el no tener ningún otro objetivo en la vida más que trabajar en esa empresa en particular, no somos inmortales pero si podemos trascender en muchas actividades, en otros negocios u obras benéficas para nuestra familia y comunidad si nos lo proponemos invito a que reflexionen si llevan por buen camino, su vida personal, patrimonial, y sus proyectos en la empresa, tomado en cuenta las perspectivas de supervivencia y cambio generacional, si no lo ven claro o tienen problemas , aún hay tiempo de arreglarlos satisfactoriamente, en armonía, y mediante reglas claras y estructuradas flexibles.

BIBLIOGRAFIA

- Aguilar, Lorena et al., En búsqueda del género perdido, Unión Mundial para la Naturaleza, Absoluto, San José, 2002. Serie hacia la equidad, Unión Mundial para la Naturaleza/Fundación Arias para la Paz y el Progreso Humano, México, 1990.
- Bourdieu, Pierre, El sentido práctico, Taurus, Madrid 1991.
- Borghino Mario. El arte de hacer dinero. (2006)
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Plan de acción regional sobre la integración de la Mujer en el Desarrollo Económico y Social de América Latina. (CEPAL/1042/Rev.1) Noviembre 1977.
- Deere, L. (1981). Mujeres empresarias en América Latina. Santiago de Chile: CEPAL.
- Deere, L. (1986). Mujeres empresarias en América Latina II. Santiago de Chile: CEPAL.
- Dirección de Comercio del H. Ayuntamiento de Veracruz (2012).
- Dirección de Desarrollo Económico del H, Ayuntamiento de Veracruz (2012)
- Dirección de Fomento Agropecuario del H. Ayuntamiento de Veracruz, Ver. 2012.
- Dirección de Turismo del H. Ayuntamiento de Veracruz (2011)
- El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), correspondientes al trimestre julio-septiembre de 2013.
- Gobierno del Estado de Veracruz. (2010). Consultada por internet el 9 de febrero del 2014. Dirección de internet:
- http://informacion.sedesmaver.gob.mx/transparencia/FraccionVII/Regionales/060_ProgParDesUrbNorteVeracruzBocaMedAlv.pdf
- Gobierno del Estado de Veracruz. (2011). Consultada por internet el 20 de marzo del 2014. Dirección de internet:
- http://informacion.sedesmaver.gob.mx/transparencia/FraccionVII/Regionales/060_ProgParDesUrbNorteVeracruzBocaMedAlv.pdf
- Gobierno del Estado de Veracruz. (2012). Consultada por internet el 25 de febrero del 2014. Dirección de internet: <http://www.veracruz.gob.mx/>
- Instituto Nacional de estadística, Geografía e Informática. Hombres y Mujeres. México 2005-2010. Censo General de Población y Vivienda. México, 2010

- Nacional Financiera. (2011). Consultado en internet el 10 de febrero del 2014. Dirección en internet. http://www.bnamericas.com/company-profile/es/Nacional_Financiera_S,N,C,-Nafinsa
- Lamas, Martha, “ La antropología feminista y la categoría género”, en M. Lamas (comp.), El género: la construcción cultural de la diferencia sexual, PUEG/ Miguel Ángel Porrúa, México. 1990
- López Peredo M. Global/Local: Una Localidad del Suroeste de México. Tesis doctoral en Antropología Social. Universidad de Granada. 2011.
- Martínez, Juliana. Comentarios al marco de análisis de la micro a la macro, el reto de políticas socio-productivas encadenadas. Documento presentado durante la reunión de especialistas sobre Desarrollo Productivo, Empleo y Equidad de Género en América Latina, Auspiciada por la CEPAL, Montevideo Uruguay. 1992.
- Moser, Caroline, “La planificación de género en el Tercer Mundo: enfrentando las necesidades prácticas y estratégicas de género”, en: Virginia Guzmán; Patricia Portocarrero; Virginia Vargas (comp.), Una nueva lectura: Género en el desarrollo, Flora Tristán ediciones, Lima, pp.55-124, 1991.
- Portal Instituto Nacional de la Mujer (2009). Consultado el 23 de febrero del 2014. Dirección de internet: <http://www.inmujeres.gob.mx>
- Organización de Cooperación y Desarrollo Económico. (2005). SMEs in Mexico: Issues and Policies. OCDE Publishing. 144 ISBN: 9789264031784. OECD, Code: 852007011P1.
- Scott Joan W. El género como categoría para el análisis histórico 1990. American Historical Association, The University of Chicago Press.
- Rowlans, Jo, “Empoderamiento y mujeres rurales en Honduras: Un modelo para el desarrollo”, en: Magdalena León (comp.), Poder y empoderamiento de las mujeres, TM editores, Colombia, pp.213-245, 1997.
- Schiebinger, Londa. El feminismo y el cuerpo, y otros (Oxford University Press). 2004
- Young, Kate, Planning Development With Women. Making a World of Difference, MacMillan Education, London, LTD, 1995.

GLOSARIO DE TERMINOS

Educación Financiera: Es el proceso mediante el cual los individuos adquieren una mejor comprensión de los conceptos y productos financieros y desarrollan las habilidades necesarias para tomar decisiones informadas, evaluar riesgos y oportunidades financieras, y mejorar su bienestar”

Discriminación: Distinción, exclusión o preferencia que tenga por objeto o resultado anular o menoscabar el reconocimiento, goce o ejercicio, en condiciones de igualdad, de los derechos humanos y libertades fundamentales en las esferas políticas, económicas, social, cultural o en cualquier otra esfera de la vida pública.

Empresaria: Es una persona que aporta el capital y realiza al mismo tiempo las funciones propias de la dirección: organizar, planificar, administrar y controlar.

Empoderamiento: El concepto se utiliza en el contexto de la ayuda al desarrollo económico y social para hacer referencia a la necesidad de que las personas objeto de la acción de desarrollo se fortalezcan en su capacidad de controlar su propia vida. .

Equidad de género: Es un principio de justicia emparentado con la idea de igualdad sustantiva y el reconocimiento de las diferencias sociales, Ambas dimensiones se conjugan para dar origen a un concepto que define la equidad como una “igualdad de en las diferencias”. La equidad incluye como parte de sus ejes el respeto y garantía de los derechos humanos y la igualdad de oportunidades.

Estudios de género: Se refieren al “segmento de la producción del conocimiento que se ha ocupado de este ámbito de la experiencia humana: las significaciones atribuidas al hecho de ser varón o mujer en cada cultura y en cada sujeto.

Enfoque de género: Es una alternativa que implica abordar primero el análisis de las relaciones de género para basar en él la toma de decisiones y acciones para el desarrollo, es una forma de observar la realidad en base a las variables sexo y género y sus manifestaciones en un contexto geográfico, cultural, étnico e histórico determinado.

Género: Es un elemento constitutivo de las relaciones sociales basado en las diferencias que distinguen a los sexos.

Identidad de género: Es la unificación del conjunto de normas, prescripciones y representaciones culturales que dicta la sociedad sobre el comportamiento esperable para un sexo determinado.

Inequidad: Término utilizado en la perspectiva de género para referirse a las diferencias de oportunidades entre mujeres y hombres.

Medianas empresas: Unidades económicas que tienen de 51 a 250 trabajadores en la industria, de 16 a 250 en el comercio, y de 51 a 250 en los servicios, de acuerdo con las definiciones de INEGI.

Micronegocio/microempresas: Unidades económicas no agropecuarias dedicadas a la industria, comercio o servicio, cuyo tamaño no rebasa los siguientes límites: en la industria de 1 a 15 trabajadores; en el comercio y en los servicios de 1 a 5 trabajadores, de acuerdo con las definiciones de INEGI.

Política Pública: Se constituye como un conjunto de acciones a realizar a partir de la toma de decisiones en la esfera gubernamental. Es una práctica social proporcionada por la necesidad de reconciliar demandas conflictivas o de establecer incentivos de acción colectiva entre aquellos que comparten metas afines para la solución de un problema.

Perspectiva de género: Implica reconocer que una cosa es la diferencia sexual y otra cosa son las atribuciones, ideas, representaciones y prescripciones sociales que se construyen tomando como referencia a esa diferencia sexual.

Población subocupada: Es la necesidad de trabajar más tiempo, y se traduce en la búsqueda de una ocupación complementaria o de un nuevo trabajo con mayor horario.

Política social: Es una rama de la política que se ocupa de detectar los problemas sociales que derivan en pobreza y marginación (falta de trabajo, vivienda digna, educación, alimentos) para buscar los recursos y medios técnicos que les den solución, pues su objetivo es el bienestar general de la población.

Política económica: Es el conjunto de directrices y lineamientos mediante los cuales el Estado regula y orienta el proceso económico del país, define los criterios generales que sustentan, de acuerdo a la estrategia general de desarrollo, los ámbitos fundamentales e instrumentos correspondientes al sistema financiero nacional, al gasto público, a las empresas públicas, a la vinculación con la economía mundial y a la capacitación y la productividad. Todo ello pretende crear las condiciones adecuadas y el marco global para el desenvolvimiento de la política social, la política sectorial y la política regional.

Rol de género: Alude al conjunto de normas sociales generalmente percibidas como apropiadas para los hombres y mujeres en un grupo o sistema social dado en función de la construcción social que se tiene de la masculinidad y femineidad.

Sexo: Conjunto de diferencias biológicas, anatómicas y fisiológicas de los seres humanos que los definen como hombres o mujeres. Se aplica siempre y cuando se trate de características naturales e inmodificables.

ANEXO 1

ANEXO 1 CUESTIONARIO

<p style="text-align: right;">No. del cuestionario _____</p> <p>Finalidad del cuestionario: Recabar información acerca de la actividad empresarial que desarrollan las mujeres y hombres microempresarios de la zona de Antón Lizardo, municipio de Alvarado, Veracruz., con la finalidad de identificar factores de éxito, la información proporcionada será de uso confidencial. Por su colaboración. ¡ Gracias !</p>	<p>Codificador</p>
<p>DATOS GENERALES</p> <p>A) DE LA EMPRESA</p> <p>1.- Razón social o denominación _____</p> <p>2.- Ubicación _____</p> <p>3.- Giro _____</p> <p>4.- No. de trabajadores (as) _____</p> <p>B).-DEL EMPRESARIO</p> <p>1.- Sexo _____</p> <p>2.- Edad _____</p> <p>3.- Estado civil _____</p> <p>4.- Nivel máximo de estudios _____</p> <p>5.- Motivo por el cual creo su empresa</p> <p>a) Ausencia de oferta de empleo</p> <p>b) Continuidad de empresa familiar</p> <p>c) Detección de una necesidad de mercado</p> <p>d) Deseos de tener un negocio propio</p> <p>e) Realización personal y autoestima</p> <p>f) Necesidad de autonomía financiera</p> <p>g) mejorar las condiciones de vida para las familias</p>	<p>Servicio Producto</p>
<p>Indicaciones: Señale con una "X" la o las respuestas, en los renglones. Escriba con letra clara la respuesta. En el caso de necesitar más espacio, por favor utilicé la parte posterior de la hoja.</p> <p>1. ¿Intervienen los factores culturales de las mujeres/hombres en la producción empresarial?</p> <p>SÍ <input type="checkbox"/></p> <p>NO <input type="checkbox"/></p> <p>En el caso de seleccionar "SÍ", por favor señale con una "X" una las siguientes:</p> <p>Religión <input type="checkbox"/></p> <p>Costumbres <input type="checkbox"/></p> <p>Otros ¿cuáles? _____</p> <p>2.- ¿El rol de género tiene relación con?:</p> <p>Las relaciones interpersonales <input type="checkbox"/></p> <p>Las relaciones grupales normativas <input type="checkbox"/></p> <p>Las diferentes generaciones <input type="checkbox"/></p> <p>El desempeño laboral <input type="checkbox"/></p> <p>3.- Desde su punto de vista, ¿existe igualdad de género en su actividad profesional?</p> <p>SÍ <input type="checkbox"/></p> <p>NO <input type="checkbox"/></p> <p>En el caso de seleccionar "NO", y ser mujer por favor conteste las siguientes:</p> <p>4.- ¿Se ha sentido discriminada en el ámbito empresarial por ser mujer?</p> <p>SÍ <input type="checkbox"/></p> <p>NO <input type="checkbox"/></p>	<p>Hábitos y costumbres Grupos sociales Enseñanza de la madre</p>

<p> <input type="checkbox"/> Ventas <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> No he recibido formación </p> <p>13.- ¿Qué volumen de ventas de producto o servicio realiza en promedio por día?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>14.- ¿Cómo obtiene el precio de venta que asigna a su producto/servicio?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>15.- ¿Tiene algún método para obtener su utilidad y/o pérdida en ventas?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>16.- ¿Qué porcentaje de su flujo de efectivo utiliza para producción?</p> <p>Menos del 30% <input type="checkbox"/></p> <p>Del 30% al 50% <input type="checkbox"/></p> <p>Más del 50% <input type="checkbox"/></p> <p>17.- ¿Qué porcentaje de sus utilidades ahorra?</p> <p>10% <input type="checkbox"/></p> <p>20% <input type="checkbox"/></p> <p>30% <input type="checkbox"/></p> <p>Más <input type="checkbox"/></p> <p>18.- ¿Tiene un crédito vigente?</p> <p>SÍ <input type="checkbox"/></p> <p>NO <input type="checkbox"/></p> <p>En caso de contestar si favor de señalar una de las siguientes opciones</p> <p>A). Institución financiera pública () ¿Cuál? _____ ¿Qué tipo de crédito?: _____ TASA%</p> <p>B). Institución financiera privada () ¿Cuál? _____ ¿Qué tipo de crédito? _____ TASA%</p> <p>C). Otras _____</p> <p>El plazo de pago del crédito es de</p> <p>A). Menos de un año <input type="checkbox"/></p> <p>B) Más de un año <input type="checkbox"/></p> <p>C) Otros _____</p> <p>19.- De acuerdo a su último balance, ¿sus ingresos son mayores que sus gastos?</p> <p>SÍ <input type="checkbox"/></p> <p>NO <input type="checkbox"/></p> <p>20.- ¿Cómo invierte sus excedentes?</p> <p><input type="checkbox"/> Cuenta de inversiones a plazo</p> <p><input type="checkbox"/> Compra terrenos</p> <p><input type="checkbox"/> Compra oro</p> <p>Otra: _____</p> <p>NOTA. Cualquier comentario, observación adicional, favor de hacerlo a continuación.</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>	<p>Educación Financiera</p>
---	---------------------------------

EDITA: RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C
DUBLÍN 34, FRACCIONAMIENTO MONTE MAGNO
C.P. 91190. XALAPA, VERACRUZ, MÉXICO.
CEL 2282386072
www.redibai.org
redibai@hotmail.com

Sello editorial: Red Iberoamericana de Academias de Investigación, A.C. (978-607-59655)
Primera Edición, Xalapa, Veracruz, México.
No. de ejemplares: 2
Presentación en medio electrónico digital
formato PDF 3 MB
Fecha de aparición 03/05/2023
ISBN 978-607-59655-2-9