

La Mujer Mexicana y el Ámbito Laboral



Brieuc Martin y Gabriela Fernández

Énfasis

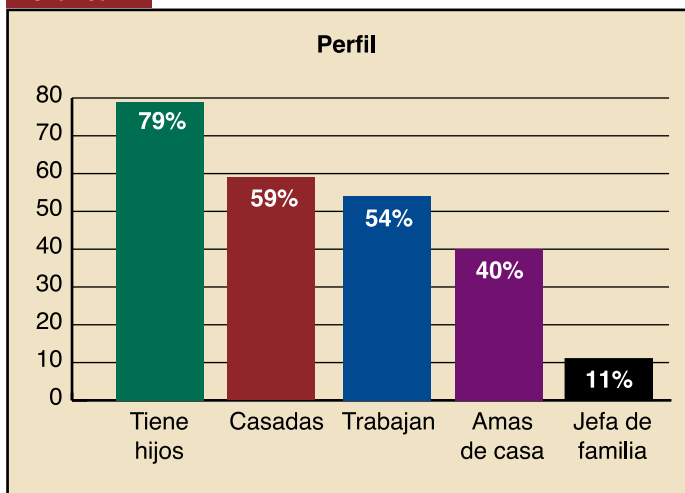
El conocimiento de las características socio-demográficas y económicas de la población femenina ha cobrado importancia por su significado en el desarrollo moderno, y por la necesidad de lograr la equidad de oportunidades entre el hombre y la mujer.

Dado que la participación femenina económica en nuestro país ha tenido un crecimiento significativo, Énfasis llevó a cabo una investigación cuyo objetivo principal es conocer a la mujer mexicana en un enfoque entre las mujeres económicamente activas y las mujeres que se dedican al hogar.

La población femenina en México es superior: según fuente INEGI en el 2000 la proporción de mujeres era del 51.4% y la de los hombres 48.6%.

Entre mujeres de 25 y 45 años, un 59% están casadas y un 11% son jefas de familia.¹ Ver gráfica 1.

Gráfica 1



Educación

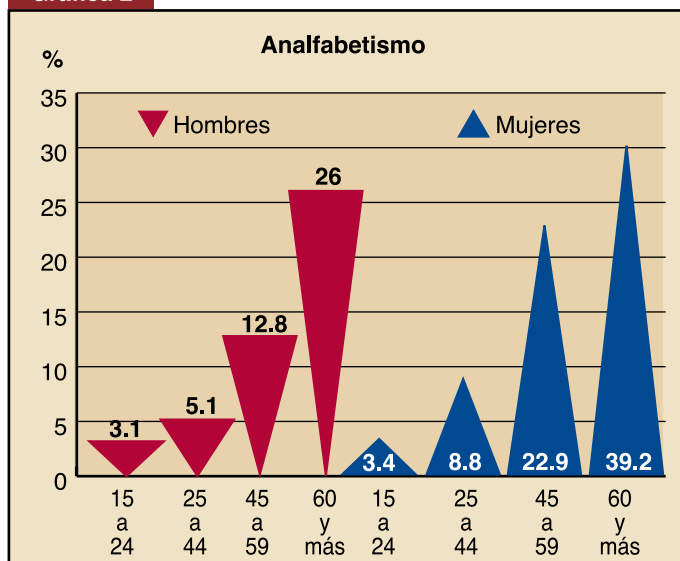
La educación es la base fundamental para el posterior desarrollo de la mujer en la vida social y económica del país

En proporción hay más mujeres analfabetas que hombres.² (Gráfica 2).

De acuerdo a cifras de la Dirección General de Estadísticas de la UNAM, en 1994 la población escolar femenina a nivel licenciatura fue del 52% del total de alumnos de primer ingreso para dicho año. Con respecto al número de egresados en 1993, la población femenina obtuvo 9 mil 868 grados universitarios a nivel licenciatura, 824 más que el número de hombres que obtuvieron el mismo grado.³

Según nuestro estudio, casi la mitad de las mujeres (47%) tienen un nivel de educación muy bajo (secundaria o menos), un 34% (carrera técnica o preparatoria) y sólo un 19% tienen una licenciatura.

Gráfica 2



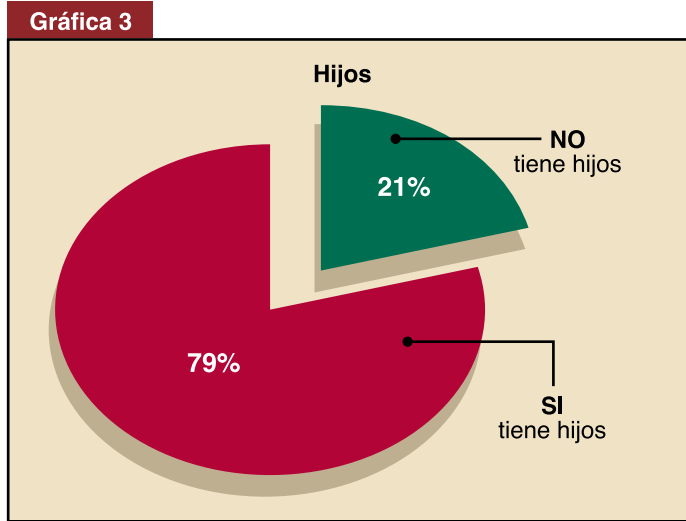
Las principales causas por las que las mujeres en México abandonan los estudios son: la falta de recursos (46%), porque no quieren estudiar (15%), el matrimonio (13%) y el embarazo (5%).

Sin embargo, las mujeres están concientes de su falta de preparación, ya que un 93% desearían haber estudiado más.

Hijos

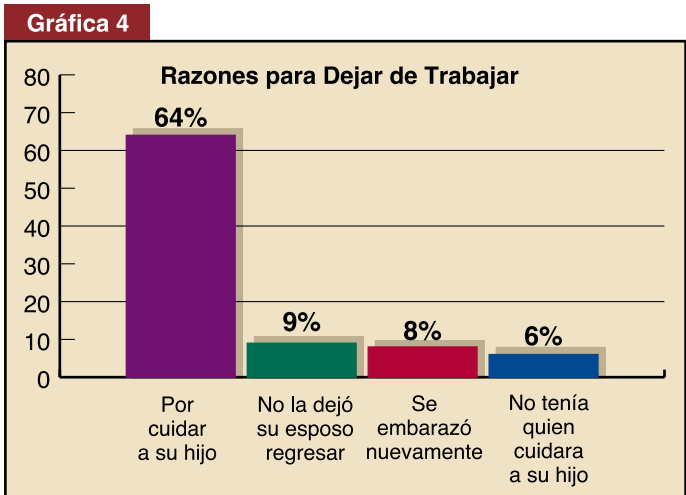
Hoy se observa una clara tendencia a reducir la tasa de natalidad en la familia tradicional mexicana.

Nuestro estudio reporta que el 79% de las mujeres entre 25 y 45 años tienen hijos (2.2 en promedio). Gráfica 3.



Un 45% tuvieron su primer hijo entre los 20 y 25 años, y un 38% antes de los 20 años.

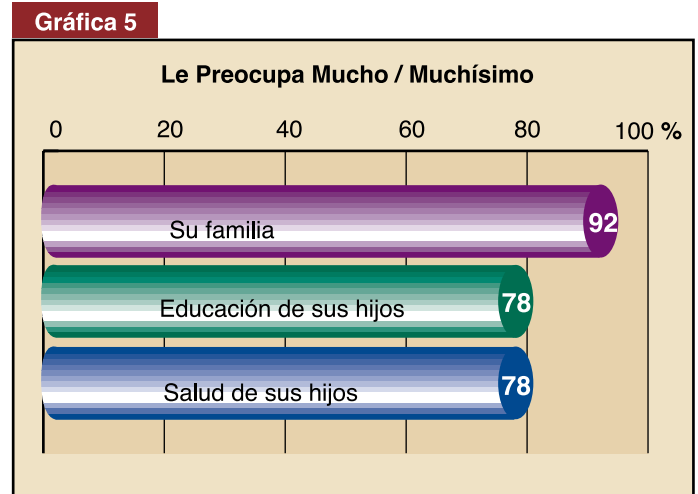
Casi la mitad, 42% ,trabajaban cuando tuvieron su primer hijo y poco más de la mitad de ellas dejaron de trabajar. Gráfica 4.



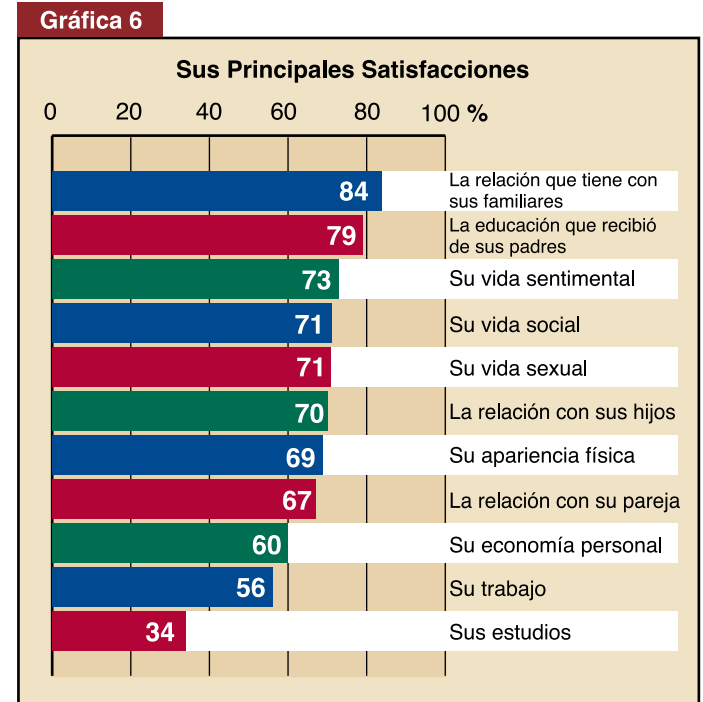
Según fuente del INEGI, un 60% de las mujeres sin educación tuvieron su primer hijo en la adolescencia.

Preocupaciones y Satisfacciones

La familia es la principal preocupación de la mujer mexicana: gráfica 5.



Pero también la familia es su principal satisfacción: gráfica 6.



Si comparamos a las mujeres que trabajan con las que no trabajan, estas últimas muestran más satisfacción en su vida sentimental y sexual.

Sin embargo, cuando preguntamos a las amas de casa que tan satisfechas se sentían como amas de casa, sólo un 16% se sienten muy satisfechas vs un 32% de mujeres que sí trabajan.

Sus principales insatisfacciones se centran en su desarrollo personal y en lo económico: gráfica 7.

Gráfica 7



El Trabajo

Hoy en día la mujer no pasa por alto las actividades que por tradición se le atribuyen por su condición de ser mujer, como el ser ama de casa, administradora del gasto familiar, responsable de la formación, educación y cuidado de los hijos; sin embargo, son estas responsabilidades las que la hacen buscar mejores condiciones de vida para ella y su familia y se esfuerza en el ámbito laboral, enfrentándose todavía en estos últimos tiempos a problemas de discriminación laboral y salarial.

De acuerdo al INEGI, por cada 100 mujeres que trabajan o buscan trabajo hay 326 hombres en la misma situación.

Sin embargo, hay que tomar en cuenta a las mujeres trabajadoras domésticas y las vendedoras ambulantes, entre otras, que no están cuantificadas.⁴ Gráfica 8.

De acuerdo a nuestro estudio:

Poco más del 80% de todas las mujeres que entrevistamos (trabajen o no) preferirían trabajar.

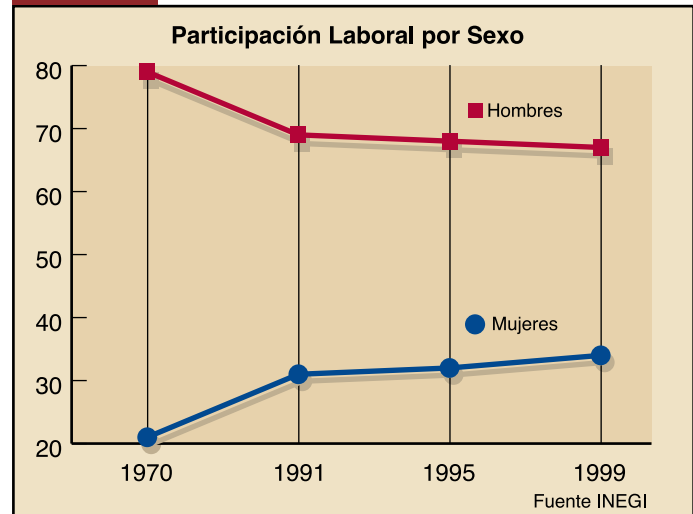
El mejorar el nivel de vida es el principal motor tanto para las mujeres que trabajan como para las que quisieran hacerlo.

El apoyo de la pareja para las mujeres que trabajan es significativamente menor, lo que se podría interpretar como una actitud machista.

Apoyo de la pareja en las labores del hogar...

Trabajan	40%
No Trabajan	53%

Gráfica 8



Apoyo de la pareja con los hijos...

Trabajan	59%
No Trabajan	82%

El cuidado de los hijos representa también un problema, el cual tienen que enfrentar las mujeres económicamente activas día a día. La familia constituye el principal punto de apoyo de las mujeres que trabajan.

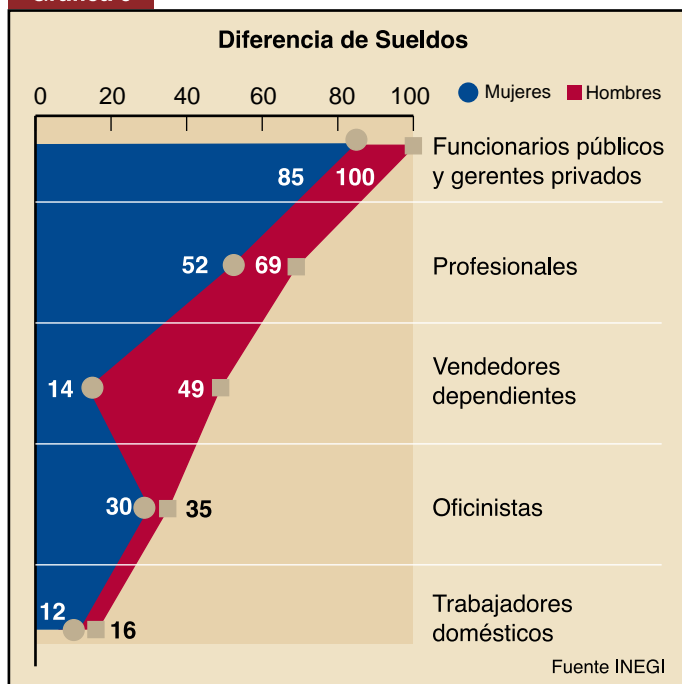
En igualdad de puestos y funciones las mujeres ganan menos y destinan el 62% de su sueldo a los gastos del hogar. Gráfica 9.

En conclusión la mujer mexicana considera insuficiente su lugar en la sociedad y en sus oportunidades educacionales.

Muestra interés por ser más autónoma y contribuir en el mejoramiento del nivel de vida familiar; sin embargo, su proyecto de vida se ve obstaculizado por las condiciones sociales y laborales del país.

Corresponde a todos, y especialmente a la mujer, un cambio de actitudes y de mentalidad que reconozca la importancia del papel de la mujer en la sociedad mexicana.

Gráfica 9



Pero no sólo el gobierno es responsable de generar este cambio de actitud, sino también el sector empresarial, ¿y los hombres?

Metodología

500 entrevistas en puntos de afluencia. Representativas por sexo, edad (25-45), y niveles socio económicos B/C+, C y D. Laboralmente activas y no activas. El estudio fue realizado en el D.F. en Julio del 2001.

Notas

- 1 "La Mujer Mexicana" Mexicoscopía.
- 2 INEGI.
- 3 La Mujer en la Sociedad Mexicana. www.scjn.gob.mx
- 4 La Mujer en la Sociedad Mexicana. www.scjn.gob.mx

El nombre de **Conjunción** refleja nuestra intención de actuar como un elemento de **unión**. Esto es, ser un enlace al mismo tiempo que un mediador entre las **necesidades** de nuestros clientes **y** los intereses de sus diversos públicos meta.

La **filosofía** de nuestro grupo, integrado por comunicadores y diseñadores gráficos entre otros, es la de proporcionar **servicio y calidad** a nuestros clientes.

Nuestro mercado son las empresas grandes **y** no tan grandes. Para las primeras realizamos proyectos que, por lo general, son de poco interés para las agencias de publicidad por no existir comisión de los medios masivos de comunicación.

Nuestros servicios: Publicaciones, Identidad Corporativa, Folletos y Envases y Embalajes, entre otros.



San Felipe 229-8 Col. Xoco Del. Benito Juárez C.P. 03300, México, D.F.
Tel. 5604-6782 Tel/Fax 5688-7894
e-mail: conjun@prodigy.net.mx o conjuncion@mac.com

