



Agosto 2009

GÉNERO E IDENTIDAD CULTURAL EN EL MUNICIPIO DE TECÁMAC

M en A Noemí Colin Azahar(noemicolin2004@yahoo.com.mx)

MRI. Georgina Elena Castro Cruz (gina_cc12@hotmail.com)

Lic. Dalila Mireya Mendoza Muciño (dalismireille@hotmail.com)

Ing. Mabilia Romero Guevara (mabilia_r@hotmail.com)

Profesores Asociados de Tiempo Completo

Universidad Tecnológica de Tecámac

División de Administración

Tecámac Edo. de México

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Colin Azahar, Castro Cruz, Mendoza Muciño y Romero Guevara: *Género e identidad cultural en el Municipio de Tecámac*, en Contribuciones a las Ciencias Sociales, julio 2009. www.eumed.net/rev/cccsc/05/acmg.htm

Municipio de Tecámac



Resumen

Hasta ahora la historia de las mujeres ha tenido abordajes diferentes de sobra conocidos, como:

- Recuperación de la visibilidad.
- La importancia de la vida privada femenina.
- Su mundo simbólico.
- Cultural.
- La explotación material del trabajo de las mujeres.
- Las mujeres en los movimientos sociales.

El género, más concretamente, ha ampliado el campo de la historia social hacia las relaciones de género haciendo hincapié en las condiciones socio-económicas de las mujeres en relación con los hombres en diferentes contextos históricos.

La presencia de la mujer en el mundo empresarial ha puesto la introducción de un estilo propio de dirección y la aportación de nuevos valores, y ha representado un paso importante para la igualdad de los roles que socialmente han tenido asignados hombres y mujeres.¹

El objetivo de este proyecto, es conocer: ¿Qué se está haciendo en cuanto a Género e Identidad Cultural en el Municipio de Tecámac?, así como ¿Qué organismos públicos y privados, están ayudando al crecimiento y desarrollo del Municipio?

Sabido es que una multiplicidad de estudios da cuenta de la importancia de la participación femenina en la actividad económica y de cómo esta, lejos de disminuir, se incrementa de manera consistente.

La sociedad establece de acuerdo a la cultura que se ejerce en ella y en donde desafortunadamente siempre han prevalecido mitos, creencias en detrimento de la participación de la propia mujer.

¹ BENERIA, L. ROLDAN, M. *Las Encrucijadas de Clase y Género. Fondo de Cultura Económica. México. 1992.*

Palabras Clave: Identidad, Género, Cultura Empresarial.

Introducción

La Identidad cultural es el conjunto de valores, tradiciones, símbolos, creencias y modos de comportamiento que funcionan como elemento cohesionador dentro de un grupo social y que actúan como sustrato para que los individuos que lo forman puedan fundamentar su sentimiento de pertenencia. La identidad cultural es similar a todo aquello que nos los enseñan nuestros antepasados y lo ponemos en practica.

Identidad es un sistema de pertenencias que se desgaja y reconstruye hacia cada individuo y de este a la totalidad. Existen múltiples identidades que nos hacen pertenecientes a diferentes grupos de referencia: identidad económica, étnica, racial, profesional, entre otras.

Cada sujeto social, individual y colectivo, posee una identidad como conciencia de sí mismo, construida en su interacción con los otros, en un sistema de relaciones sociales de las que es expresión, compartiendo, tejiendo historias, transformando y transformándose y por lo tanto en constante cambio y contradicción.

La identidad es necesidad sentida de arraigo y pertenencia, participación y autorrealización, que se expresa en las formas de actuación humanas a la que le dan sentido y continuidad, lo que no implica inmovilismo, sino por el contrario evolución, cambio y desarrollo como expresión de las contradicciones que se superan.

Cada empresa tiene su propia cultura, y el mundo empresarial en general tiene una cultura propia construida por los valores y reglas masculinos que son los únicos existentes hasta no hace mucho más de 25 años y que siguen imperando porque en las cúpulas de dirección hay un altísimo % de hombres dirigiendo a cada vez un número más grande de mujeres, sin que este aumento en la base se traduzca proporcionalmente en la cúspide.

El peso que desempeña la cultura empresarial obstaculizando la promoción de mujeres en puestos de alta dirección ha sido recientemente destacado en el informe Oportunidad 2000, iniciativa promovida por diversas empresas británicas y diseñada específicamente para aumentar la representación de mujeres en puestos directivos (Mill., Blackman, Headlam-Wells, Laws y Matfin, 1998)

En los años setenta del siglo XX se consolidó la tendencia general a considerar que el sexo es una condición meramente orgánica que corresponde a la biología, mientras que el género es un concepto sociocultural e histórico. El concepto de género nació de los estudios feministas en Gran Bretaña y Estados Unidos.

Entendido así el género, como una relación socio-cultural, el campo de investigación se amplía e incluye la familia, la economía, la cultura, la religión, la sexualidad, la raza, la edad, la libertad, de esta manera las relacionadas con el hombre tienen mayor valor.

La presencia de la mujer en el mundo empresarial ha puesto la introducción de un estilo propio de dirección y la aportación de nuevos valores, y ha representado un paso importante para la igualdad de los roles que socialmente han tenido asignado hasta ahora hombres y mujeres. Sabido es que una multiplicidad de estudios da cuenta de la importancia de la participación femenina en la actividad económica y de cómo esta, lejos de disminuir se incrementa de manera consistente.

Cada día hay más posibilidades laborales con la flexibilidad requerida por la mujer del siglo XXI.

Sin embargo, existe el riesgo de tomar decisiones precipitadas del tipo todo o nada si no es tomado el tiempo justo para reflexionar acerca de las prioridades que tiene uno como persona. Como lo dijo acertadamente Michael Crozier (1989), no es posible organizar, planificar o dirigir

de la misma manera en que una sociedad va siendo dominada por una lógica diferente, ya que provocará una verdadera revolución en la manera de concebir la organización, la gestión y el mando de hombres y mujeres.

La presencia de la mujer en las actividades empresariales ha cobrado una creciente importancia en el ámbito mundial. Estudios realizados en diversos países han mostrado que, a partir de los últimos veinte años ha habido un aumento sin precedente en el número de mujeres empresarias.

La vida de las mujeres mexicanas se ha transformado en las últimas tres décadas en su condición individual, familiar y social; aunque todavía queda mucho por hacer para que mujeres y hombres encuentren oportunidades de desarrollo en condiciones de la equidad y justicia. Hoy en día existe una mayor coincidencia entre la sociedad, las instituciones y los individuos en el reconocimiento de que los temas de género son parte fundamental del desarrollo nacional.

Las mujeres empresarias tienden a encontrar satisfacción y éxito estableciendo relaciones con clientes y empleados, teniendo control de su propio destino y haciendo algo que consideran valioso.

Pasamos la mayor parte de nuestras vidas en nuestro trabajo. Si nuestro trabajo y nuestros valores personales no están en armonía, tarde o temprano entran en conflicto. Las mujeres empresarias han usado este conflicto interno como motivación para crear el estilo de vida que ellas desean.²

Las empresarias en general son más parecidas las unas a las otras que la población trabajadora en general. Comparadas con el general de la población, las empresarias y los empresarios tienden a ser más lógicos y analíticos en la forma que toman decisiones, sin tomar en consideración si son hombres o mujeres.

Desarrollo

El municipio de Tecámac ha experimentado un cambio radical en su fisonomía y estructura socioeconómica en los últimos años, ya que se ha transformado, de ser una región eminente agrícola a lograr un muy importante desarrollo comercial e industrial en un lapso relativamente corto y se proyecta a ser uno de los polos industriales de mayor importancia dentro del Estado de México. Tecámac esta interesado en crear una cultura empresarial, por lo que a continuación se presentara la:

Misión: Construir un gobierno municipal de vanguardia, cercano a la población, que aliente la participación ciudadana y que efientice los recursos técnicos, financieros y humanos para satisfacer las necesidades y aspiraciones de desarrollo de la población mejorando sustancialmente sus niveles de vida.

Visión: Construir un municipio con presencia regional y estatal que aproveche sus potencialidades geográficas y de capital humano que es la base para desarrollar zonas industriales, comerciales y educacionales que alienten el bienestar social de los habitantes.

Tecámac, Ciudad Bicentenario, se ubica dentro del Valle Cuautitlán – Texcoco, a tan sólo 25 kms. al límite con el Distrito Federal y a 100 kilómetros de la Capital del Estado de México. Limita al norte con el Estado de Hidalgo, al sur con Ecatepec, Acolman y Coacalco, al oeste con Zumpango, Nextlalpan, Jaltenco, Tultitlán y Coacalco, al oeste con Temascalapa y

² Tylor, Edward B. (1995) [1871]: "La ciencia de la cultura". En: Kahn, J. S. (comp.): *El concepto de cultura*. Anagrama. Barcelona.

Teotihuacan y al poniente con Tonatitla y Jaltenco. Tiene una extensión territorial de 153,4 km², que equivale al 0.68% del territorio estatal.

La población del municipio se estimó en 316.6 mil habitantes en 2007, con una tasa media anual de crecimiento 2000-2005 de 8.2%, constituyéndose como el décimo Municipio de mayor crecimiento demográfico a nivel nacional.³

Las principales actividades económicas son la industria manufacturera y la actividad comercial, sectores que concentran 23.3% y 20.8% de la PEA, respectivamente.

La cobertura de servicios básicos en el Municipio es superior a la media estatal y nacional; no obstante, la entidad deberá realizar inversiones para mantener dicha cobertura, ante el importante crecimiento urbano observado en los años recientes.

Lograr la plena igualdad de oportunidades entre las mujeres es uno de los objetivos de la mayor trascendencia para este gobierno, superando la discriminación que afecta en todos los ámbitos a las mujeres, es decir, a más del 0% de la población tecamáquense.

AREAS E INVERSION POTENCIAL

ESPACIOS PARA EL DESARROLLO	AREA TOTAL (Has.)	INVERSION PREVISTA (mdd)	EMPLEOS
Infraestructura física	10	27	60
Parque Industrial de Alta Tecnología	50	260	2,500
Parque Industrial Convencional	80	410	3,800
Centro Regional de Tratamiento de Residuos Sólidos	200	420	1,050
Logística	30	65	550
Oficinas corporativas	2	80	900
Hoteles y restaurantes	5	35	400
Centro Comercial	25	300	3,000
Instituciones de Educación	40	30	600
Alameda deportiva y centro recreativo	350	---	---
Entorno y áreas limítrofes y de amortiguamiento	300	---	---
Áreas verdes y campo de golf público	50	---	---
Lagos	---	---	---
TOTALES	792	1,627	12,860

NO SE INCLUYEN COSTOS DE ADQUISICION DE LA TIERRA

Para cumplir con tal objetivo, hasta el momento se ha beneficiado aproximadamente a 8 mil mujeres a través de actividades que contemplan la atención personalizada, pláticas, conferencias y eventos masivos, esto con la finalidad de fomentar el desarrollo de sus potencialidades, su crecimiento profesional, educando a la población en la resolución no violenta de los conflictos y promoviendo una cultura de respeto a los derechos humanos de las mujeres. Gracias al esfuerzo del Gobierno Federal y Municipal, el 29 de mayo se firmó el Acuerdo Nacional para la Igualdad entre Mujeres y Hombres, favoreciendo la equidad de géneros.

Uno de los organismos que está trabajando en el Municipio de Tecámac, para lograr una Identidad Cultural es Pro Mujer.

Pro Mujer es una red dedicada a las micro-finanzas y el desarrollo de la mujer que ha establecido cinco instituciones micro-financieras que comparten la misma filosofía y misión, emplean metodología similar y trabajan juntas para compartir mejores prácticas e innovaciones entre sí. Estas instituciones micro-financieras están en Argentina, Bolivia, México, Nicaragua y Perú.

Pro Mujer Internacional tiene dos oficinas para la red, una en Nueva York y otra en La Paz, que apoyan el desarrollo continuo de las instituciones micro-financieras y expanden operaciones a nuevos países.

³ Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos, (2007). Plan Nacional de Desarrollo 2007 – 2012.

Pro Mujer México empezó sus operaciones en el estado de Hidalgo en abril del 2002; la base del programa está en la ciudad de Tula, a una hora de Ciudad de México.

Pro Mujer México está brindando servicios de crédito y ahorro a mujeres organizadas en asociaciones comunales en los estados de Hidalgo, México, Querétaro y Puebla.

Pro Mujer México está en proceso de desarrollar y someter a prueba piloto un nuevo proyecto crediticio. Este producto va dirigido a sus clientes de mayor éxito que tienen un largo historial de pago con Pro Mujer. Estas mujeres requieren préstamos más grandes debido al éxito que han logrado con sus negocios. El nuevo producto permitirá a Pro Mujer México retener a lo mejor de sus clientes.

Pro Mujer equipa a las mujeres no sólo con crédito. También el arma con el saber hacer y las aptitudes para los negocios que ellas necesitan para prosperar como empresarias. Las clientes de Pro Mujer son ingeniosas, trabajadoras y hasta tenaces. Tienen que serlo, pues su supervivencia diaria y la de sus hijos, depende de ello.

Lo que les falta es capacitación en negocios. Pro Mujer enseña a las mujeres los fundamentos para administrar un pequeño negocio, dotándolas de las aptitudes que necesitan para planificar y hacer crecer su empresa. Antes de extender un préstamo, Pro Mujer muestra a las mujeres cómo desarrollar un plan de negocios simple, una herramienta para ayudarles a hacer el mejor uso del crédito.

Después de conseguir un préstamo, las clientes se reúnen periódicamente con las socias de su grupo solidario para hacer los pagos de sus préstamos.

Pro Mujer usa estas reuniones y otros talleres para enseñar a las mujeres aptitudes para los negocios. Las mujeres aprenden, entre otras cosas, a fijar el precio de los bienes que venderán, cómo llevar cuenta de ingresos y gastos y cómo evaluar y abrirse paso entre la competencia. De hecho, las mujeres toman parte en capacitaciones en negocios durante todo el ciclo de sus préstamos, aprendiendo los diferentes aspectos de regir un negocio próspero. A lo largo del camino las mujeres adquieren confianza en sí mismas a medida que aplican los conocimientos aprendidos a sus negocios.

También reciben consejo, apoyo y aliento de otros oficiales de crédito y otras socias de sus grupos solidarios. La capacitación en negocios de Pro Mujer permite ayudar a las mujeres a creer en sí mismas y alcanzar su pleno potencial como empresarias.

Las mujeres también se empoderan cuando ingresan y se vuelven activas en sus bancos comunales. Pro Mujer organiza mujeres en grupos de 18 a 28 clientes y les enseña a organizar y gestionar un banco comunal.⁴

Las mujeres eligen un consejo directivo para dirigir las reuniones, forman un comité de crédito para aprobar las solicitudes de préstamo y crean grupos solidarios para garantizarse mutuamente sus préstamos. Las socias de los bancos comunales ganan confianza y autoestima a medida que logran recibir y pagar sus préstamos, abrir cuentas de ahorros y cobrar más conciencia sobre su propio potencial y habilidades.

Los bancos comunales, con ayuda de Pro Mujer, recogen los ahorros de las socias individuales y depositan el dinero en una cuenta de ahorros grupal manejada por un banco regular. Las clientes pueden acceder a sus ahorros en los días en que sus asociaciones se reúnen. Además de estos ahorros voluntarios, las clientes deben ahorrar 20% de sus préstamos como protección contra emergencias tales como enfermedades o desastres naturales.

⁴ C:\Documents and Settings\usuario\Mis documentos\ALAST\PRO MUJER\Pro Mujer - Países - Panorama del Pais México.htm

Pro Mujer ayuda a los bancos comunales a ahorrar como grupo, depositar dinero en bancos locales y hacer seguimiento de los ahorros de socias individuales.



Misión de Pro Mujer

Pro Mujer es una red internacional dedicada a las micro-finanzas y el desarrollo de la mujer cuya misión es dar a las mujeres de bajos ingresos de América Latina, los medios para generarse el sustento y labrar un futuro para sus familias, a través de las micro-finanzas, la capacitación en negocios y el apoyo en salud.

Pro Mujer combate la pobreza estableciendo organizaciones micro-financieras sostenibles que proporcionan un paquete integrado de servicios financieros y de desarrollo personal que las mujeres necesitan para construir y mejorar sus pequeños negocios. Pro Mujer apoya la salud de sus clientes y sus familias y ayuda a las mujeres a fortalecer su autoestima. Asimismo, la red vincula a las mujeres y sus familias con recursos y servicios existentes en sus comunidades. El segundo organismo que ayuda a crear una cultura empresarial de género, es La Universidad Tecnológica de Tecámac.

La Universidad Tecnológica de Tecámac se constituyó como el número 17 en el Sistema y el número 3 en el Estado de México. Se iniciaron operaciones el 1 de Septiembre de 1996 con una matrícula de 120 alumnos y una plantilla de 15 profesores y 12 personas con actividades directivas y administrativas.

Formar profesionales capaces de crear, dirigir e innovar en la gestión administrativa optimizando los recursos humanos financieros y tecnológicos de la organización para impulsar el desarrollo económico del país: El aspirante a Técnico Superior Universitario en Administración debe mostrar interés especial en las cuestiones referentes a la toma de decisiones.

Mostrar un elevado nivel de seguridad en sí mismo, gran capacidad creativa, emprendedora y de iniciativa. Mostrar interés por la planeación de sus actividades personales y que sea capaz de organizar y controlar el trabajo. Por lo anterior, se presenta lo siguiente:

Objetivo

Formar técnicos superiores universitarios bajo parámetros de excelencia académica, aptos para la aplicación y generación de conocimientos y la solución creativa de los problemas:

Realizar investigaciones científicas y tecnológicas; desarrollar programas de vinculación con los sectores público, privado y social; y promover la cultura nacional y universal.

Misión

Formar Técnicos Superiores Universitarios de excelencia académica, capaces de aplicar los conocimientos intelectuales y prácticos adquiridos de manera responsable, innovadora y comprometida con el desarrollo económico y social de la región, el estado y el país.

Visión

Ser una Universidad Tecnológica cercana a la comunidad y con sentido humano, que garantice calidad y excelencia académica, por medio de la utilización de equipo con tecnología de punta y un modelo pedagógico innovador, que satisfaga las aspiraciones individuales de sus estudiantes y responda a los requerimientos del sector social y productivo, con el propósito de lograr el desarrollo integral de la nación.

Política de Calidad

La Universidad Tecnológica de Tecámac, se compromete a cumplir los requisitos establecidos con los clientes, mediante la aplicación del modelo educativo del Subsistema de Universidades Tecnológicas, en el contexto del Sistema de Gestión de Calidad, orientado a un proceso de mejora continua.

Tener el espíritu de compromiso, de responsabilidad en el servicio de los demás, situación que tiene que verse reforzada por la presencia de valores éticos y vocacionales. La actividad profesional del Técnico Superior Universitario en Administración, con formación multidisciplinaria, comprende la gestión administrativa y la aportación de elementos para la toma de decisiones en la Dirección. Al ejercer las funciones técnicas y de supervisión entre la dirección y la ejecución, el TSUA puede encargarse de:

La gestión en las áreas financieras, contables, de personal, presupuestal o fiscal.

La administración orientada a la contabilidad y las finanzas.

La administración orientada a la mercadotecnia.

La administración orientada a la producción.

La administración orientada a los recursos humanos.

La administración orientada a la calidad.

La operación de equipos en las diversas áreas de administración.

El campo laboral del Técnico Superior Universitario en Administración se ubica en empresas, instituciones u organismos públicos y privados de diferentes tamaños u organización y de todos los sectores económicos. El TSUA tiene la alternativa de desempeñarse por cuenta propia.

En empresas de gran tamaño, independientemente de que el TSUA figure o no al frente de un área específica, está capacitado para asesorar, gestionar y ejecutar las decisiones de la Dirección.

En las empresas medianas, donde la división del trabajo tiene menos segmentos, puede cumplir las mismas funciones que desempeña en una grande, pero con mayor nivel de integración, mayor autonomía y capacidad de decisión.

En el desempeño por cuenta propia, puede desarrollar su actividad profesional en la gestión de su propia empresa o ejercida libremente al pedido de servicios específicos por parte de los clientes.

Contribuir al desarrollo integral del universitario fomentando valores, actitudes, habilidades y conocimientos a través de actividades culturales y deportivas.

Para la Universidad Tecnológica de Tecámac es importante que tengas contacto con diversas manifestaciones artísticas y culturales a través de talleres, exposiciones, conferencias y conciertos.

El trámite y gestión de becas se efectúa de acuerdo a las distintas convocatorias publicadas por los gobiernos federal, estatal y municipal, además de contar con algunos programas totalmente independientes, mismos que son gestionados, promovidos y otorgados por un Comité de Becas, integrado por sociedad civil y servidores públicos de la Universidad Tecnológica de Tecámac.⁵

En los casos en que las convocatorias son publicadas por instancias federales, estatales y/o municipales, la labor se concentra en el apoyo a los alumnos para el trámite de su beca, y cubre desde la publicación y difusión de las convocatorias, hasta la asignación, seguimiento y término según lo requerido por las mismas.

Materiales y métodos

La elaboración y creación de cursos y talleres, que se ajusten a las necesidades de las mujeres empresarias en el Municipio de Tecámac, esto a través del Cuerpo Académico de la División de Administración de la Universidad Tecnológica de Tecámac.

Resultados

En marzo del año en curso (2009), se empezó a dar el primer taller a mujeres micro-empresarias de Pro Mujer, este curso duró dos semanas, con gran éxito, ya que la mayoría de estas mujeres son: amas de casa, madres solteras, mujeres que no terminaron la primaria. ¿Qué buscan estas mujeres?, crecer, desarrollarse, ser reconocidas, necesitan ser parte de la Identidad Cultural Empresarial. Esto se pudo observar, pues al término del taller, se le dio a cada una de ellas una constancia de habilidades, esta fue entregada en las instalaciones de la Universidad Tecnológica de Tecámac y la sorpresa que se llevo el Cuerpo Académico de la División de Administración fue, que hijos, nietos, hermanos, cónyuges, estaban ahí para apoyar a estas micro-empresarias, quienes están dispuestas a seguir preparándose, capacitándose, desarrollándose y hacer crecer su empresa, y esto será posible, mediante la Identidad Cultural Empresarial.

Conclusiones

Pro Mujer a pesar de ser un organismo mundial, no cuenta con recursos suficientes para capacitación en el ámbito empresarial, por lo que se apoya en Universidades, Profesionistas, donaciones, que le permitan a sus clientas actualizarse en el ámbito empresarial.

Sin embargo, y a pesar de que, capacitan a las micro-empresarias, no han logrado aun, el que se viva una Identidad Cultural Empresarial, es por esto que el Municipio de Tecámac a través de Pro Mujer busca el apoyo o guía de Universidades que le permita capacitar a las 2071 mujeres micro-empresarias con las que actualmente cuenta. Si no se vive una cultura empresarial no se fortalecerá el crecimiento, solidez económica y madurez empresarial en este Municipio.

⁵ Universidad Tecnológica de Tecámac 2009

REFERENCIAS

Damián, Araceli. "Tendencias recientes de la pobreza con enfoque de género en América

Latina". Papeles de Población. Nueva Época. Año 9, N°38. Octubre-diciembre 2003. 27-136.

FARGE, A., La historia de las mujeres. Cultura y poder de las mujeres: ensayo de historiografía. Historia Social (1991) 79-101.

Garretón, Manuel cord. "América Latina: un espacio cultural en el mundo globalizado". p. 113. Convenio Andrés Bello. Bogotá.

Kolb, David y otros (1977). "Psicología de las organizaciones. Problemas Contemporáneos". Madrid. Editorial Prentice Hall Hispanoamericana.

Jorge Basave, y Marcela Hernández, Los Estudios de empresarios y empresa. Una perspectiva internacional, México, UNAM-UAM, Plaza y Valdés Eds., 2007, 235 p

Mujeres y re-presentación: entre muchas plumas andan Serie de investigación: Género, cultura y sociedad; 6 México: El Colegio de México, Programa Interdisciplinario de Estudios de la Mujer, 2007.

Méndez, Castro Palmira (2008). "concepto de identidad" Tomo 1 y único. Nauatl, Aghev.

Santana Pérez, Jorge. ¿Identidad Visual versus identidad organizacional?

Williams, Mariama. "La inclusión de la perspectiva de género en todas las políticas y programas del sistema de las Naciones Unidas". La inclusión de la perspectiva de género: ¿Es útil para los derechos de las mujeres? En la mira. N°3, noviembre 2004. AWID, 2-3