

# MAQUILAS EN CHIHUAHUA Y LA INCLUSIÓN DE LA MUJER EN EL MERCADO LABORAL

*Irene Mejía Lara*<sup>1</sup>

## RESUMEN

El mercado laboral está cada día más competitivo y exigente como lo vemos en México y específicamente en el Estado de Chihuahua y cuya capital se llama Chihuahua. El Estado de Chihuahua es fronterizo con Estados Unidos, tiene un enfoque agrícola, industrial y manufacturero, entre las actividades está la industria de maquila. El objeto de este artículo es indagar lo relacionado sobre la economía de Chihuahua, las maquilas industriales, el enfoque de género, el mercado laboral y activo, incluyendo la situación laboral de la mujer y se realizó mediante la recopilación de investigaciones, apoyado en datos estadísticos de México de fuentes de gran reputación y datos tomados del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI y la percepción de residentes y organizaciones y asociaciones en el Estado de Chihuahua, por lo que es un artículo de revisión, en él se halló que la mujer está compitiendo a la par con el hombre en la ciudad de Chihuahua, que aunque está 20 puntos porcentuales debajo de los hombres en el mercado laboral, la creciente actividad económica hace que los flujos migratorios se den de manera espontánea y la mujer sigue gozando de espacios y oportunidades laborales.

## PALABRAS CLAVE

Enfoque de género, inclusión, maquila, mercado laboral, mujer

## ABSTRACT

The labour market is becoming more competitive and demanding every day and as we see in Mexico and in particular in the State of Chihuahua with its capital city also called Chihuahua. The State of Chihuahua borders the United States and it has an agricultural, industrial and manufacturing focus, including the “maquila” industry. The purpose of this article is to investigate what is related to the economy of Chihuahua, the maquila industry, the gender approach, the labour market and assets, including the labour situation of women. It was done through the compilation of research, supported by Mexican statistical data from reputable sources and data taken from the National Institute of Statistics and Geography (INEGI) and the perception of residents, organizations and associations in the State of Chihuahua. As such, it is a review article, in which it was found that women are competing on a par with men in the city of Chihuahua. Although women are 20 percental points behind men in the labour market, the growing economic activity makes migratory flows occur spontaneously and women continue to enjoy labour spaces and opportunities.

<sup>1</sup> Economista. Magister Administración Económica Internacional. U Birmingham. Esp. Negocios trasnacionales de la Universidad Externado de Colombia. Correo electrónico: mejialara@hotmail.com ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5976-8730>

## KEYWORDS

Gender focus, inclusion, maquila, labour market, women

## INTRODUCCIÓN

México ha sido durante muchos años un gran referente para Latinoamérica, hasta que se anexó al Nafta o Tratado de Libre Comercio de América del Norte y entró en vigencia el 1 de enero de 1994, aunque sigue dándose alianzas estratégicas con sus vecinos del Sur, se ha visto como un país con una gran cantidad de consumidores y mucha fortaleza en la historia por su gente trabajadora y emprendedora, su ubicación geográfica le da grandes ventajas para el comercio internacional y con dos océanos al igual que Colombia y otros países de Mesoamérica.

En esta ocasión se revisará la situación del Estado de Chihuahua, específicamente su ciudad, dada la gran potencialidad que tiene en materia laboral e industrial con cierta vocación a la maquila industrial, autopartes, insumos tecnológicos y la agroindustria, al ser un Estado fronterizo y de gran movimiento comercial se revisa el tema de maquilas y el mercado laboral, sus retos y debilidades.

También se revisará en este artículo cómo se viene desarrollando la economía a partir de las vocaciones empresariales y laborales de Chihuahua, ciudad cuyo estado lleva su mismo nombre. Se presentará gran información de las actividades económicas y cómo se encuentra el mercado laboral específicamente en de la mujer en el contexto socioeconómico de Chihuahua.

De igual manera se revisará el avance de políticas públicas hacia el mercado laboral femenino y su protección. Cabe señalar que cada día el mercado laboral se hace más exigente y en algunos casos excluyente por lo que es necesario indagar qué políticas públicas están motivando e incentivando a la mujer chihuahuense en un ambiente muy competitivo laboral por esas razones anteriores se hace el siguiente interrogante:

¿Cómo se haya el mercado laboral y la sostenibilidad de la mujer en Chihuahua en lo relacionado a la industria de maquilas?

Para la construcción del artículo se abordó la investigación desde la Epistemología de las Ciencias Sociales, específicamente desde las Economía, el mercadillo laboral y desde el enfoque cualitativo, revisando más de 40 artículos, revistas y monografías, para extraer 20 de Google Scholar, se hizo además observación mediante datos estadísticos de los moradores de Chihuahua, su enfoque económico y se delimitó hacia la industria de las maquilas. El artículo además es de revisión y análisis hermenéutico, al mismo tiempo es de corte cualicuantitativo ya que se apoya en INEGI que es el Instituto Nacional de Estadística y Geografía de México, unido a la percepción de investigadores residentes en la zona estudiada.

Con respecto al mercado laboral se encuentra la oferta de maquilas que es una especie de outsourcing que se hace en el comercio internacional con la finalidad de deducir impuestos y al mismo tiempo abaratar costos de producción y llevar nuevamente el bien elaborado a los mercados nacionales o internacionales.

Con respecto a la definición de maquila, según el Diccionario de la Real Academia Española. DRAE el concepto de maquila es una palabra polisémica, como una porción de granos que le corresponde al molinero por su molienda, además de otra definición como: trabajo de manufactura textil parcial realizado por encargo de una empresa.

Por lo que una empresa maquiladora entonces importa productos o insumos del producto y los elabora para luego reenviarlo al país de origen de dichos productos. El capital que se invierte es también del país de origen, pero el empleo si es ofrecido desde el país donde se hace la maquila. Se considera México como el país donde se originó la maquila moderna y se remonta al año de 1965 cuando trabajadores mexicanos fueron a laborar a Estados Unidos mientras estaban en guerra. La situación se hizo tan compleja que México con el ánimo de incentivar su mano de obra, ofreció la maquila en su territorio y desde allí se ha usado también en otros países como el sudeste asiático.

En cuanto a México y específicamente Chihuahua presentan las condiciones para seguir con el fortalecimiento de la maquila, un Estado geológicamente bien ubicado en América, y fronterizo con Estados Unidos, mano de obra competitiva y con deseos laborales, costos logísticos más bajos y una gran ciudad con deseos de crecer y receptora de migrantes; como lo ha sido Colombia y varios países del mundo en migraciones.

No obstante, las primeras migraciones de latinos permitieron y aportaron parte del desarrollo de Estados Unidos al generar mayor crecimiento en los años 80s y 90s. En Colombia la formalización laboral es política del Estado y hay seguimiento riguroso a empresas que invierten en Colombia mediante empleos formalizados, regulados por el Código Sustantivo del Trabajo (pág. 76).

En cuanto a el territorio fronterizo, se reitera que dada entonces la diferencia en el costo de mano de obra entre Estados Unidos y México se convierte El Estado de Chihuahua y sus ciudades como Juárez y Chihuahua en grandes atractivos para inversión y empleo. Las ciudades se mueven de acuerdo a su vocación ya sea portuaria, fronteriza, extractoras e industrial; como es el caso que presentan Boyano-Fram, T. O., & Hernández-Cobo, J. S. (2018) de un estudio comparativo de Puertos entre Cartagena de Indias y el de Veracruz que son ciudades hermanas y con la misma vocación portuaria y logística, aunque Veracruz tiene más gobernanza que conduce a disminución de desempleo, bienestar social y crecimiento económico; aunque Cartagena de Indias durante el año 2018 el desempleo lo había bajado a un dígito en medio de la informalidad. Para el caso de Chihuahua, la capital de dicho Estado tiene varias vocaciones, por esa razón es importante saber cómo se encuentra Chihuahua, desde los diferentes sectores económicos, aunque acá se delimitará hacia la industria de maquilas y se hará más énfasis a los que le está apostando y revisar cómo se está dando el mercado laboral de la mujer.

Chihuahua es uno de los 32 Estados que constituyen a México incluyendo Al Distrito Federal, la capital del Estado lleva su nombre con un 87% de área rural y un 13% de área rural, aunque la ciudad más poblada es la ciudad Juárez reconocida por su gran dinamismo comercial y empresarial, la violencia del narcotráfico y también por artistas como Juan Gabriel, le sigue Chihuahua en cuanto al número de habitantes en ese Estado. La tercera parte de su territorio es desértico y es el Estado con más bosques de toda México.



*Figura 1. Ubicación del Estado de Chihuahua.*  
 Nota. La figura muestra la ubicación de Chihuahua en México.  
 Fuente: [https://www.taringa.net/+turismo/que-bonita-es-mi-tierra-chihuahua\\_12s1jf](https://www.taringa.net/+turismo/que-bonita-es-mi-tierra-chihuahua_12s1jf) (2020).

Por lo que de acuerdo con la figura 1, la ciudad de Chihuahua se reitera que está geológicamente bien posicionada ya que limita al Norte con los Estados Unidos, específicamente con Texas y Nuevo México, al Este limita con Coahuila y al Oeste con Sonora, al Sur con Durango.

En su marco geográfico el Rio Bravo sirve de delimitación territorial y también tiene la influencia del Rio Conchos que es su mayor afluente, Rio Bravo era considerado hace muchos años como el Rio que separaba América del Norte con Latinoamérica, pero a partir de los Tratados de Libre Comercio y al integran México al Nafta dejó de tenerse en cuenta.

Según el INEGI (2020) El Estado a pesar de tener más de 3.742.000 habitantes en una extensión de 247.455 km<sup>2</sup>, son 926.000 el número de habitantes de Chihuahua desde el año 1950 cada decenio fue creciendo en promedio cuatrocientos mil habitantes, siendo por tamaño el número 11 según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía de México y por producción está ubicado en el puesto 12, presenta una densidad poblacional de 15.10 Hab/km<sup>2</sup>.

En lo concerniente a migraciones que ha incrementado su población, se ha debido a las condiciones laborales que se dan en Ciudad Juárez y en la ciudad capital de Chihuahua por lo que ha recibido a mucho mesoamericano y suramericano por la maquila que se ofrece de empleo 1 de cada 4 empleos en México son aplicados en Chihuahua. Al Ser un Estado fronterizo con Estados Unidos, como se ha señalado, algunos se quedan definitivamente al no poder pasar hacia allá, también ha traído gente de los Estados cercanos a laborar como de Durango, Veracruz y Texas de Estados Unidos.

A manera de antecedentes y en cuanto al crecimiento de las empresas e industria en Chihuahua, la Ford Motor Company inició actividades desde el año de 1973, posteriormente llegaron a su territorio las empresas como Goodyear, Honeywell, Lear Electric System y Lexmark; también llegó Minefinders que es

una multinacional canadiense que ha creado una subsidiaria llamada Mina Dolores y desde el año 2009 se instaló en su territorio, por cierto Chihuahua es la segunda ciudad en México con calidad de vida y la primera en manufacturas, según INEGI Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

Por lo anterior y de acuerdo con el INEGI hay más de 400 plantas establecidas en Chihuahua y generando empleo a más de 300.000 habitantes, le apuesta el Estado a la industria aeroespacial, Tecnologías de la Información y la Biotecnología; además de los electrodomésticos.

Así como también en Chihuahua hay un enfoque hacia la electrónica, autopartes, confecciones, agroindustria y alimentos; al igual que muebles y forestaciones, unido a la demanda de materiales para obras civiles y mineras.

Entre las principales empresas además están las siguientes:

*Tabla 1.* Empresas más grandes de Chihuahua

<b>Nombre</b>	<b>Actividad económica</b>
Grupo Bafar	Alimentos
Nexteer Automotive México	Automotriz y autopartes
Grupo Cementos de Chihuahua	Cemento y materiales
Superior Industries de México	Automotriz y autopartes
Interceramic	Materiales y herramientas
Agnico Eagle México	Minería
Ruba	Sector inmobiliario
Grupo Punto Alto	Holding
Grupo Accel	Logística y transporte
Pan American Silver Corp	Minería
Copachisa	Construcción
TPI Composites México	Equipos eléctricos
Coeur Mexicana	Minería

Nota. Tabla elaborada por autor y apoyado en datos de referente.mx (2021)

De acuerdo con la Tabla 1 se corrobora que existe una gran vocación hacia la minería, a las empresas de construcción y autopartes.

Por la inversión que se ha hecho y la migración que se ha dado de ciudades cercanas y de Estados Unidos a laborar en la industria de Chihuahua se muestra ante su entorno como una ciudad sostenible, aunque con grandes retos que a continuación se señalan.

## **La maquila, retos y su gran aporte a la economía chihuahuense**

A raíz del crecimiento de México a mediados del Siglo XX hubo grandes personalidades que ejercieron liderazgo sobre la política y la empresa, con Eloy Vallina y Luis Terrazas que fueron empresarios de renombre y ayudaron a crecer a Chihuahua, posteriormente la globalización y las dinámicas de crecimiento con Tratados de Libre Comercio hizo acelerar la inversión y la vocación del Estado y de la ciudad de Chihuahua.

De acuerdo con lo anterior, Vega, C. A. (1998) señala que a finales de Siglo XX la ocupación industrial en Chihuahua fue bastante acelerado y se concentró en algunos cuantos sectores de producción de maquilas y entre las que se encontraron la industria de confecciones, electrodomésticos y aparatos electrónicos, al igual que lo automotriz concentraron el 75% del personal industrial (pág. 260).

De igual manera es importante señalar que Bensusán, G., & Reygadas, L. (2000) resaltan que gracias al Estado de México y al fomento de la productividad y al crecer la economía, crecieron los salarios específicamente en las maquilas industriales, como fue el caso de Chihuahua que tuvo que entrar en políticas públicas que fueran más equitativas ante la apertura económica que trajo más inversión de capitales, pero mucha flexibilidad laboral.

Las industrias de maquilas para exportación a principios del año 2.000 tenían gran inversión que sobrepasaba el 50% de empresas de Estados Unidos, en menos proporción empresas japonesas y alemanas. En cuanto a la situación laboral de la mujer en Chihuahua y luego de 7 años durante el tercer milenio, Blancas, P. R. (2007) observó que “las mujeres no reportan su situación real en Chihuahua y en gran parte porque no desean hacerlo por temor a represalias, no se tiene claro conocimiento del acceso a Puestos de Salud y se percibe que acuden a otras instancias, algunas por falta de orientación, otras se enfrentan a problemas socioculturales como trastornos menstruales y reconocen métodos de esterilización pero no son claras al contestar las preguntas, no se ha priorizado la salud de las obreras en las maquiladoras, se reconoce la incursión del hombre en la crianza pero al mismo tiempo el estrés de la maternidad y la jornada de trabajo, no hay confianza en guarderías”. Con el paso del tiempo y gracias al fomento de Políticas Públicas la situación ha mejorado significativamente.

En cuanto a la relevancia de las maquilas en México, hay un estudio hecho por Chávez Pineda, Jesús Arturo. (2021) que la investigación “refleja el panorama de las empresas maquiladoras en México, realizado a partir del Sistema de la casa de producción Toyota, aplicando el Sistema Técnico de Administración esbelta que incluye el nuevo enfoque filosófico y de cultura organizacional en las empresas, relacionado con el tamaño de la planta de las organizaciones, el enfoque empresarial y el tiempo en adoptar la filosofía y cultura organizacional. En el estudio no halló diferencias marcadas en la adopción de la cultura organizacional, pero si a nivel físico de las plantas en cuanto al tamaño”.

En cuanto a la vocación económica, el Estado de Chihuahua, Manuel, J., & Alva, M. (2019) citando al INEGI, sostienen que:

El estado de Chihuahua ocupa el primer lugar nacional de producción y valor económico en el cultivo de diez productos, entre los que sobresale la alfalfa verde, algodón hueso, avena forrajera y avena grano, los cultivos de cebolla, chile verde, manzana, nuez, pistache y trigo forrajero también liderean la producción del país (pág. 10).

Es marcada también la vocación agrícola a pesar de ser en la parte norte bastante árida, se produce además cacahuates, cerezas, camote, durazno y sandía. En cuanto al pistache anteriormente citado es el único Estados en México que lo cultiva.

Lo anterior es corroborado por otro estudio que refleja la orientación agropecuaria y fue hecho por Carlos, O. A. S., & Flores, E. B. (2017) que hace una revisión a la producción de quesos apoyado en la cultura menonita, dichos habitantes llegaron migrando de Europa y tiene una influencia cultural en parte de Chihuahua.

Por otra parte y en cuanto a la cultura organizacional, Martínez Ramos, P. J., Ollivier Fierro, J. O., & Escobedo Cisneros, H. C. (2013) tienen un estudio muy pertinente relacionado con la maquila en la ciudad de Chihuahua desde un enfoque organizacional.

En lo que respecta a quienes se convierten en fuerza laboral, uno de los grandes retos a nivel latinoamericano es el estereotipo laboral que existe en gran parte de las empresas, es así como se presenta un estudio en México, concretamente en Chihuahua que aborda la importancia del tejido social, en la Colonia Nuevo Triunfo, (en Colombia colonia equivale a barrio) zona de grandes maquilas, la investigación fue hecha por López, S. N. (2020)

Las mujeres se posicionan como lideresas para tejer sus posibilidades y para destejer los obstáculos que se les imponen. Tejen alianzas, vínculos y redes, y destejen lo “naturalizado”: los estereotipos de género y de clase. Son mujeres con proyectos de vida fuera del ámbito doméstico que no se asumen como personas vulnerables, sino como personas que no son prioridad para las instituciones (y sus agentes) que por años han intervenido su colonia. En cada administración cambian los partidos políticos, el personal y los programas; pero las lideresas permanecen, atendiendo a la población que ha sido históricamente excluida. En su quehacer cotidiano van desestabilizando las dicotomías entre Estado y sociedad, así como entre centro y periferia, representaciones que se presentan como opuestas y ajenas, pero que son interdependientes entre sí: las dos caras de una misma moneda (pág. 149).

Se ve entonces una fuerte y clara orientación del empoderamiento de la mujer para asumir roles de empleos y emprendimiento, rompiendo perfiles sociales heredados en el arraigo cultural machista mexicano y latinoamericano, en contraste, otro estudio hecho por Limas Hernández, M. (2020) señala que “en cuanto a la ocurrencia de prácticas de la segregación laboral por razones de género, mediante un estudio de caso se encontró que las mujeres se encuentran seriamente afectadas, al corroborar eso se infiere que en cuanto al repartir cargos en el trabajo es influido por estereotipos como el de la naturaleza del varón se asocia fuertemente a la idea de ser aceptado como exitoso, superior, jefe y con puestos y salarios muy buenos, no se concibe inferior y subvalorado; por el contrario al ser mujer se le asocia solamente a ha-

bilidades femeninas, cuidar y ser servicial y por eso no está destinada ni para asumir ni para entrar en competencia y no se baja del concepto empleada y sin pensar en altos cargos y sueldos altos”.

Existe otro estudio que aborda el tema del acoso laboral y asociado al sexo, hecho por Limas, M., & Martínez, F. N. F. (2020) señalan que en cuanto a situaciones no deseadas que “el acoso y se reconoce que es bidireccional, pero cuando se da por parte de la mujer se circunscribe a actos coquetos, mientras que las mujeres si sostienen que fueron acosos sexuales, ambos sexos reconocen no hacerle frente a la situación para conservar los cargos, reconocen la vulnerabilidad de la mujer a la exposición al acoso; mientras que el hombre sino trasciende hasta la intimidad del hogar o en el clima laboral no lo percibe como un problema de alta complejidad. Si el acoso va del hombre a la mujer se entiende como delito y al respecto ya existen empresas que trabajan y ya certificadas con el llamado equidad de género que fomenta el trato digno y evitar dichas situaciones calificadas como hostigamientos o acoso sexual”.

Con referencia a los retos de la mujer en el campo laboral, Valdovinos Rodríguez, S. E. (2020) tiene un capítulo de libro que hace descripción de la violencia hacia la mujer, específicamente en la industria manufacturera y más exactamente en las maquiladoras, el estudio lo hizo a partir de un enfoque de diseño gráfico, utilizado como instrumento hacia la consolidación de una cultura de paz en la mujer, al igual que la justicia social y respeto. Describe cómo a través del diseño gráfico es una estrategia de intervención social que facilite la visibilidad de la violencia hacia la mujer para contrarrestarla, más aún en el campo laboral y en la industria de las maquilas para la consecución de cultura de paz y la buena conexión en la empresa con su talento humano; la idea entonces es despertar la sensibilidad del trato digno en todos los ámbitos, incluyendo el laboral.

Por el contrario, y en medio de la adversidad, las mujeres se las ingenian para salir adelante, llama la atención como en un barrio que en sus inicios fue de invasión, hoy día ha ido creciendo y tiene muchos retos del transporte informal, pero el mayor empleo se orienta hacia maquiladoras y amas de casa o empleadas domésticas, la construcción como albañiles lo ejercen los hombres.

*Tabla 2. Ventajas competitivas del Estado de Chihuahua, población, economía y territorio año 2020*

<b>Aspectos claves</b>	<b>Características</b>	<b>Datos</b>
Superficie	1 estado en tamaño	12.6% de territorio
Municipios	67 municipios	Juárez y Chihuahua los más grandes
Relieve	Mesetas, médanos, cañones y llanuras	Chihuahua tiene 1440 metros sobre el nivel del mar.
Desarrollo	1 lugar en autopartes, comunicaciones, electrónicos y computadoras de México.	2 lugar en materiales del área de la salud oral y medicina, 3 lugar en minería y afines y en infraestructura vial
Hidrografía	Presas, lagunas y ríos	7 presas, 3 lagunas y 21 ríos



<b>Aspectos claves</b>	<b>Características</b>	<b>Datos</b>
Población	Están prácticamente igual	50.3% mujeres y 49.3 hombres
Enfoque laboral	Comercio, Industria, Servicios y Minería	57% en Comercio, 30% en Industria, 9% agropecuario, minería y silvicultura. 16.3% de empleados son aceptados en grandes empresas.
Manufacturas	Negocios	44% de los trabajadores están en sector manufacturero
Construcción	Chihuahua y Ciudad Juárez las mayores empleadoras de construcción	Entre las 2 ciudades suman el 80.7 % de unidades productivas en construcción
Comercio	Enfoque hacia microempresas, pequeñas empresas y medianas empresas	95.2% son microempresas, 3.4% son pequeñas empresas y sólo el 1% representa las medianas empresas
Sector agrícola	Cultivos, avena forrajera y cebollas, madera y pinos, celulosas	Toda la producción agrícola está entre los 3 primeros de México
Sector minero	Extracción de plata, zinc y plomo	2 lugar a nivel nacional en esos minerales con 60 establecimientos

Nota. Elaboración propia del autor basada en <http://internet.contenidos.inegi.org.mx> (2020)

Los datos suministrados por INEGI corroboran el gran campo laboral y lo prometedor que es el Estado de Chihuahua en el ámbito laboral y cómo se ha convertido en parte de la despensa alimentaria de México y el avance en sus sectores de la minería y de la industria, incluyendo las maquilas.

### **El mercado laboral femenino en México y la línea de tiempo moderno**

Desde el año de 1975, con la Plataforma de Acción de Beijín fue cuando se dio la Conferencia Mundial del Año Internacional de la Mujer que se celebró en México a partir de la Organización de las Naciones Unidas, en 1979 se hizo a partir de la ONU, la convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer, junto a la CEPAL.; posteriormente se hizo el mismo evento en 1994 para seguir erradicando la violencia contra la mujer mediante la prevención y la sanción.

Mientras se daba el Año Internacional de la Mujer en 1975, en México las maquilas eran laboradas por gran parte del mercado laboral femenino con el 72% de ocupación en dichas labores, pero desde el año 2006 descendió dramáticamente a 14%, empleando entonces en un 86% a los hombres, según Martínez, M. E. D. L. O. (2006) “en cuanto a las maquilas y la geografía del campo laboral de la mujer, sostiene además que hay una variable interviniente y fue la cultura de la modernidad y el cambio de estereotipos, unido a nuevas empresas en otros ámbitos diferentes a las confecciones que se dio desde los años 90 y que posteriormente siguió disminuyendo el campo laboral femenino. En el primer lustro del 2.000 el campo laboral femenino disminuyó un 21.2% con 121.000 puestos de trabajo, mientras que el mercado laboral masculino sólo le afectó 82.000 puestos de trabajo equivalente a 17.6%”. Se reitera que la situación del mercado laboral se hizo cada vez más competitivo entre hombres y mujeres con el transcurrir del tiempo.

Acto seguido, se daba el Objetivo del Milenio Número 3 promoviendo la igualdad entre los sexos, mediante la promoción de igualdad de género, para luego llegar a los Objetivos de Desarrollo Sostenible con ODS 5 que busca la igualdad entre géneros y el empoderamiento de las mujeres y niñas; al respecto Daaren, L. (2001) señala que “en cuanto al enfoque de género y políticas públicas en México hubo un despertar, y fueron el Convenio de Desarrollo Social, llamado “Desarrollo Social y Productivo en Regiones de Pobreza” luchando contra la inequidad y al mismo tiempo incluyendo el llamado enfoque de género, con la intencionalidad de canalizar recursos y actividades en procura de resolver las necesidades de las mujeres al menos en la mitad de los recursos destinados para la equidad social. El programa Global para el fomento de microempresas y el Programa de iniciativa de la Secretaría de Relaciones Exteriores (1998): buscó una relación en política exterior y las mejoras laborales de la mujer a partir de la llamada perspectiva de género en los objetivos de la política exterior y mejoramiento de la condición de la mujer trabajadora”.

En la actualidad, según el Consejo Nacional de Población. CONAPO para el año 2020 habrá una demanda laboral femenina cercana a los 20 millones de empleos., unido al Covid hacen un entorno muy complejo para el mercado laboral indistinto de género en toda México.

Otro estudio hecho en Tijuana que refleja el perfil de la mujer moderna mejicana por Valladares-Icedo, O., & Izquierdo-De Dios, R. (2020)

En los actuales momentos la mujer es más independiente, y existe una tendencia a gestionar sus propias necesidades, buscar alternativas de solución, y cortar la dependencia que tenía anteriormente del hombre. El marketing utilizado deberá replantearse en los talleres, deberán aplicar enfoque hacia el género femenino, aplicar la transversalización o bien construir un servicio especializado que genere confianza en el cliente (pág. 36).

Aspectos que han ayudado a cierta autonomía de la mujer en México y por ende en Chihuahua, lo presentan Herrera, B. A. S., & Sánchez, I. V. (2020) quienes señalan que “han creado políticas públicas en el gobierno de Vicente Fox llamada Programa Nacional de Igualdad y no discriminación hacia mujeres durante años 2001 a 2006, también existió en Programa Nacional de igualdad para las mujeres y hombres en la administración del Presidente Felipe Calderón, durante los años 2009 al 2012; además del Programa Nacional para la igualdad de Oportunidades y no discriminación contra las mujeres, en la Administración de Enrique Peña Nieto”, los tres programas lograron sensibilizar más los obstáculos de la mujer en el ámbito laboral y valorar como persona, pero no se corrobora la autonomía de la mujer en el ámbito social, económico y de reproducción.

No obstante, se reconocen la creación del Centro de Justicia para las Mujeres (CJM) a partir de la creación de Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia Contra la Mujer (CONAVIM) durante la Administración de Enrique Peña Nieto.

En la actualidad, en el año 2021 la rotación laboral ha aumentado, las mujeres están teniendo cabida en el mercado laboral y buscan plaza al igual que los hombres, hay demanda laboral por parte de las empresas y al mismo tiempo oportunidades en otras partes que hacen de la migración en la frontera mexicana sea de bastante dinamismo.



Figura 2. Mujeres en maquilas en Chihuahua

Nota. La figura muestra mujeres laborando en maquilas en Chihuahua. Fuente: <http://www.elagora.com.mx/>

Se observa en la Figura 2 la ocupación con enfoque de género en un ambiente adecuado para el trabajo.

Tabla 3. Ocupación y empleo en Chihuahua en año 2020

<b>Población</b>	<b>Características</b>	<b>Indicadores</b>
Desocupada o Población Económicamente Activa inactiva. PEAI	No consiguió trabajo, pero lo está buscando	3.5% PEAI con 61.569 personas
Ocupada	Personas que están laborando en la actualidad	61.3% con 1.717.000 ocupados. 60.7% hombres y 39.3% mujeres.
Población Económicamente Activa subocupada	Laboran y buscan trabajo adicional	4.7% con 80.235 personas 70% hombres y 30% mujeres
Sectores que más ocupan	Terciario o de servicios	Terciario 52.4% con 899.665 empleos, secundario 36.6% y primario 9.3%
Rama de actividad económica	Micronegocios o microempresas no agropecuarios	31.8%
Por posición de la ocupación	Se divide en subordinados y remunerados, empleadores, por cuenta propia	Subordinados y remunerados 78.9% con 1.354.752, empleadores 4.7% con 80.773 y por cuenta propia son 15.3% que representa a 263.091 personas

Nota. Tomados de INEGI (2020) en <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2020>

De acuerdo con la Tabla 2 y apoyados en el INEGI, a pesar de la pandemia que ha frenado en parte la producción mundial, la ciudad de Chihuahua se mueve por el comercio, casi el 80% se mueve como empleados de las empresas y hay más del 15% emprendiendo con sus negocios.

En cuanto al mercado laboral se incluye en México y por ende en la ciudad de Chihuahua el concepto de subocupación que a primera instancia pareciera significar que es un empleo de baja calidad o nivel de ingreso de acuerdo con la preparación de la fuerza laboral, pero no se trata de eso. La subocupación es el empleo adicional que hacen en México la fuerza laboral cuando adiciona otra labor remunerada, es decir, si trabaja de 7:00 am a 4:00 pm; la persona busca y trabaja de 5:00 pm. A 9:00 pm, a manera de ejemplo.

Por otra parte y aunque no es el tema central de este artículo y no está relacionado con maquilas, existen otros sitios que hacen interesante a Chihuahua y por eso también se quedan laborando en la ciudad, es por eso por lo que se presenta a continuación y a manera de información algunos sitios de interés de la ciudad capital de Chihuahua, entre esos están:

- Quinta Gameros, monumento arquitectónico Manuel Gameros fue su propietario y en la actualidad queda la Universidad Autónoma de Chihuahua.
- Museo de Historia de la Revolución Mexicana, Abierto en 1982 que muestra la vida de Francisco Villa más conocido como Pancho Villa, tiene muchos objetos del héroe revolucionario.
- Catedral de Chihuahua, es de estilo barroco y gran cúpula está dedicada a San Francisco de Asís y Nuestra Señora de la Regla.
- La Plaza de Armas que tiene gran vista a la ciudad entre esos el Edificio de Presidencia Municipal
- Casa Chihuahua Centro de Patrimonio Cultural, con salas que ilustran el patrimonio cultural de Chihuahua y fue construido S XVIII es un Palacio que aún conserva su fachada.
- Centro Histórico Cultural de Chihuahua, se halla en su Centro: la Catedral de Chihuahua, Palacios del Gobierno y del ayuntamiento, la Plaza Mayor, La Plaza de Armas.
- Templo de San Francisco de Asís, considerado el más antiguo de la ciudad.
- Barrancas del Cobre, constituido por 7 barrancas o desfiladeros para deportes extremos y observar pueblo indígena de Tarahumaras
- Batopilas, a los que les gusta el ecoturismo en barrancas, con gran vista panorámica.
- Museo Semilla, para la Ciencia y la Tecnología con actividades lúdicas y con seis salas para el aprendizaje
- Museo de la Lealtad Republicana. Casa de Juárez, hogar de Benito Juárez y también fue Palacio Nacional de México.

## CONCLUSIONES:

La situación del Estado de Chihuahua y específicamente su ciudad Chihuahua ha generado un gran crecimiento en materia de mercado laboral desde que llegaron las empresas industriales de automóviles, insumos electrónicos y se fortaleció la agroindustria y la minería, con el avance de la economía de mercado y la situación geológica de ser ciudad fronteriza hacia Estados Unidos favoreció la industria de maquilas.

Las principales vocaciones empresariales de los chihuahuenses y los migrantes está hacia el sector servicios con un 52.4% ya que es una ciudad comercial y entendible por ser fronteriza, le sigue el sector industrial con 36.6% en donde están las maquilas y el sector primario con 9.3%. Su aporte al Producto Interno Bruto o todos los viernes y servicios que se producen dentro de su área geográfica y por sectores está así: Actividades terciarias o de servicios 49.6%, actividad secundaria o industrial y manufacturera en 43.7% y actividad primaria o agrícola en 6.7%, muy parecida a las vocaciones de sus moradores.

En cuanto al mercado laboral femenino 3 de cada 10 mujeres buscan un empleo adicional en México se les llama subocupadas en el contexto socioeconómico de Chihuahua, aunque la población subocupada no pasa el 5%. El Mercado laboral femenino está casi 20 puntos o más bien 20% por debajo del mercado laboral masculino en el año 2020 según el INEGI, representados así: 60.7% hombres y 39.3% mujeres.

También se puede inferir que el 20% de la población tiene cierto grado de sostenibilidad laboral al trabajar por cuenta propia y al mismo tiempo se incluye los empresario o dueños de negocios.

Se hace la anotación que las cifras pertenecen al Estado y se incluyen las otras ciudades como Ciudad Juárez que, si muestra algunos datos de violencia hacia la mujer, pero también gran crecimiento como zona de buen mercado laboral. El proyecto se enfocó es hacia Chihuahua la capital del Estado.

En cuanto a la situación en materia laboral de la Industria de maquilas existen más de 500 empresas maquiladoras en Chihuahua que representan más del 10% de las maquilas instaladas en México.

El desplazamiento de la mano de obra en maquilas que inicia 1975 en 72%, ya finalizado el primer lustro del segundo milenio no pasaba el 14% disminuyendo en un 58%. La mujer en Chihuahua se encontraba laboralmente en desventaja con respecto al hombre, hoy día las cosas han cambiado, aunque por efectos del covid había tenido una incidencia a la baja.

En cuanto a Políticas Públicas no se perciben apoyadas por que una cosa dice la política pública y otra cosa hacen las Industrias maquiladoras, dada la situación de seguridad al frenar en parte las actividades económicas por efectos del Covid 19 y problemas propios de inseguridad las mujeres poco comunican su situación a pesar del gran avance de Asociaciones y Sindicatos que les respalda.

En cuanto al mercado laboral de Chihuahua se orienta hacia la industria automovilística y de insumos electrónicos, alimentación y confecciones. La mujer también se ha ido preparando en los diferentes sectores de la economía que se brindan en Chihuahua, no obstante, los indígenas que han migrado de campo a

la ciudad no han logrado conectarse laboralmente y sufren discriminación y especialmente en las mujeres, como es el caso de los que provienen de la Sierra Tarahumara en el propio estado de Chihuahua.

En cuanto a retos que tiene la mujer son seguir apoyándose en los programas de gobierno mexicano, persistir como asociaciones de mujeres que existen desde hace varios años, como el Instituto Nacional de Mujeres. Inmujeres, el Instituto Chihuahuense de las Mujeres. Ichmujeres y el Movimiento Estatal de Mujeres. MEM.

La mujer migrante y la chihuahuense debe seguir preparándose en el campo laboral y trabajar en la cultura del respeto hacia la mujer desde el hogar.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Altamirano, Y. C., Anaya, J. A., Hernández, M. E. L., & Ríos, J. C. C. (2021). Género, derechos humanos y políticas públicas para hacer frente a la violencia feminicida en México. *LIDERAZGO COLECTIVO E INNOVADOR EN LAS POLÍTICAS PÚBLICAS EDUCATIVAS*, 47.

Bensusán, G., & Reygadas, L. (2000). Relaciones laborales en Chihuahua: un caso de abatimiento artificial de los salarios. *Revista Mexicana de sociología*, 29-57.

Blancas, P. R. (2007). La salud de las obreras de las maquiladoras en la ciudad de Chihuahua. *Salud Problema*, (25), 39-45.

Boyano-Fram, T. O., & Hernández-Cobo, J. S. (2018). Análisis comparativo de la logística sostenible entre el Puerto de Veracruz en México y el Puerto de Cartagena de Indias. *Revista científica anfibios*, 1(1), 19-31.

Carlos, O. A. S., & Flores, E. B. (2017). La producción quesera en el noroeste de Chihuahua: el queso tradicional menonita. *Chihuahua Hoy*, 15.

Chávez Pineda, Jesús Arturo. (2021). Grado de implementación de las prácticas del sistema técnico de administración esbelta en la industria maquiladora de manufactura de México. RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática, [S.l.], p. 41 - 68, ISSN 2007-5278. Disponible en: <<https://recai.uaemex.mx/article/view/15295>>. Fecha de acceso: 03 jul. 2021

Daaren, L. (2001). *Enfoque de género en la política económica-laboral: El estado del arte en América Latina y el Caribe*. CEPAL.

DRAE (2021). Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua, recuperado de <https://dle.rae.es/maquila>

Fram, T. O. B. (2016). De ciudades a empresas sostenibles. *Gerencia Libre*, 2, 65-81.

INEGI (2020). Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Censo de Población de México.

Herrera, B. A. S., & Sánchez, I. V. (2020). La violencia contra las mujeres en las políticas públicas con perspectiva de género: Avances y retos. *La política social de México en tiempos de desigualdad*, 133.

Limas Hernández, M. (2020). Segregación laboral por razones de género. Experiencias de empleadas y empleados en una empresa maquiladora certificada en el modelo de equidad de género en Ciudad Juárez, 2017. *Instituto de Ciencias Sociales y Administración*.

Limas, M., & Martínez, F. N. F. (2020). ¿Experiencias de segregación o acoso en la maquiladora? Testimonios de trabajadores (as) en Ciudad Juárez, Chihuahua. *Chihuahua Hoy*, 18.

López, S. N. (2020). LIDERAZGOS POPULARES FEMENINOS Y LA RECONSTRUCCIÓN DEL “TEJIDO SOCIAL” EN LA COLONIA NUEVO TRIUNFO DE LA CIUDAD DE CHIHUAHUA1. *Segui buscando en la Red de Bibliotecas Virtuales de CLACSO* <http://biblioteca.clacso.org>, 131.

Manuel, J., Alva, M. (2019). El impacto de la Organización Económica en Chihuahua. Documento de Partido Acción Nacional. Recuperado de [http://www.panchihuahua.org.mx/IMG/pdf/el\\_impacto\\_de\\_la\\_organizacion\\_economica\\_en\\_chihuahua.\\_1.pdf](http://www.panchihuahua.org.mx/IMG/pdf/el_impacto_de_la_organizacion_economica_en_chihuahua._1.pdf)

Martinez Ramos, P. J., Ollivier Fierro, J. O., & Escobedo Cisneros, H. C. (2013). Relación entre la cultura organizacional y el desempeño de la organización: Un estudio en empresas maquiladoras de la ciudad de Chihuahua. *RECAI. Revista de estudios en contaduría, administración e informática*, (3), 77-100.

Martínez, M. E. D. L. O. (2006). Geografía del trabajo femenino en las maquiladoras de México. *Papeles de población*, 12(49), 91-126.

Valdovinos Rodríguez, S. E. (2020). Violencia contra la mujer en la industria y diseño gráfico. Estrategias visuales para promover la cultura de paz: contribuciones del diseño gráfico a la industria manufacturera. *Instituto de Arquitectura Diseño y Arte*.

Vega, C. A. (1998). Tres regiones de México ante la globalización: los casos de Chihuahua, Nuevo León y Jalisco. *Las regiones ante la globalización*, 189.

Valladares-Icedo, O., & Izquierdo-De Dios, R. (2020). El comportamiento de mercado como ruta de cambio en los talleres mecánicos de Tijuana Baja California. *Revista Científica Anfibios*, 3(1), 28-38