

Diagnóstico cualitativo sobre las necesidades de empresarias indígenas y rurales

Por: Christian Dennis Muñoz Aguirre



México, Distrito Federal

El *Diagnóstico cualitativo sobre las necesidades de empresarias indígenas y rurales* fue elaborado bajo la coordinación de la Dirección General Adjunta de Asuntos Internacionales del INMUJERES con base en información generada en diez grupos focales realizados en cinco entidades federativas del país utilizando metodología desarrollada por la Dirección General de Transversalización de la Perspectiva de Género del propio Instituto.

El Documento final es autoría del consultor Christian Muñoz Aguirre, quien revisó, analizó y sintetizó la información proporcionada por el INMUJERES, redactó el Diagnóstico, su Resumen Ejecutivo y las Recomendaciones para el Plan de Acción.

El *Diagnóstico cualitativo sobre las necesidades de empresarias indígenas y rurales* es propiedad del Instituto Nacional de las Mujeres y se encuentra en revisión para su posterior publicación. Su reproducción total o parcial está restringida.

Instituto Nacional de las Mujeres, México. Todos los derechos reservados. ©

Contenido

| | |
|--|-----------|
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| MARCO METODOLÓGICO..... | 4 |
| PERFIL DE LA POBLACIÓN INDÍGENA Y RURAL..... | 9 |
| LA PERSPECTIVA DE LAS EMPRESARIAS INDÍGENAS Y RURALES | 14 |
| <i>EL FUNCIONAMIENTO DE LOS NEGOCIOS</i> | 19 |
| <i>LOS OBSTÁCULOS QUE ENFRENTAN LAS EMPRESAS DIRIGIDAS POR MUJERES</i> | 21 |
| <i>LAS EMPRESAS DIRIGIDAS POR MUJERES Y LAS POLÍTICAS PÚBLICAS</i> | 27 |
| <i>LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (TIC).....</i> | 31 |
| LA VISIÓN DEL FUNCIONARIADO PÚBLICO | 33 |
| <i>PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LOS PROGRAMAS</i> | 33 |
| <i>LAS PERCEPCIONES SOBRE LAS EMPRESARIAS.....</i> | 35 |
| <i>EL TIPO DE NEGOCIOS APOYADOS POR LOS PROGRAMAS</i> | 37 |
| <i>LA INTERMEDIACIÓN</i> | 39 |
| CONCLUSIONES | 42 |
| BIBLIOGRAFÍA | 49 |

Introducción

El presente informe se inscribe en el marco de la participación de México en la *Iniciativa Futuros Iguales (The Equal Futures Partnership: Expanding Political Participation and Economic Opportunity for Women)* impulsada por el Gobierno de los Estados Unidos de América y respaldada por 19 países de todas las regiones del Mundo y la Unión Europea, y a la que México se unió en abril de 2013.

Su principal objetivo es impulsar un esfuerzo multilateral para promover la igualdad de género mediante la ampliación de oportunidades de participación política de las mujeres y el empoderamiento económico de mujeres y niñas, con el fin de que accedan a posiciones de liderazgo y se beneficien de manera más amplia del crecimiento económico.

Los compromisos asumidos están guiados, entre otros, por los siguientes ejes:

- Identificar leyes específicas, políticas y restricciones que limiten la participación de las mujeres en la economía formal, así como las barreras para el crecimiento y empoderamiento económico de las mujeres.
- Definir nuevos procesos de construcción de políticas, que de manera conjunta con las instituciones financieras, provea de nuevos servicios y productos a financieros dirigidos específicamente a mujeres.

Esta iniciativa es congruente con el *Memorándum de Entendimiento Para la Promoción de la Igualdad de Género, el Empoderamiento y los Derechos Humanos de las Mujeres*, firmada en 2012 por los Gobiernos de México y Estados Unidos de América, que tiene como objetivo establecer un marco de referencia para que los participantes contribuyan al avance de la igualdad, el empoderamiento y la promoción de los derechos humanos de las niñas y las mujeres, entre cuyas áreas prioritarias se encuentra la promoción del empoderamiento y de las oportunidades en el ámbito económico para las mujeres y las niñas.

Ambos gobiernos acordaron específicamente apoyar las redes de empresarias y las alianzas público-privadas para facilitar el intercambio de información, mejorar el acceso a los mercados, fortalecer los instrumentos de financiamiento para empresarias, impulsar la creación de pequeñas y medianas empresas lideradas por mujeres y facilitar la vinculación económica de las mujeres con el fin de potenciar su competitividad.

El *Diagnóstico cualitativo sobre las necesidades de empresarias indígenas y rurales* es el punto de partida para el diseño del Plan de acción que permita alcanzar los objetivos de la *Iniciativa Futuros Iguales* y del *Memorandum de Entendimiento*. La decisión de abrir un negocio confronta a las mujeres con obstáculos sociales, económicos e institucionales muchas veces insalvables. Normas sociales que desalientan la participación de la mujer en actividades productivas, responsabilidades domésticas que no disminuyen, falta de acceso a activos y fragilidad de las redes de protección social, entre otros factores, se suman para desalentar las actividades económicas generadoras de ingresos de las mujeres.

Un hecho paradójico es que en contextos socioeconómicos empobrecidos, como las áreas rurales o las regiones con predominio de población indígena, donde más bajos y precarios son los ingresos económicos, son también más fuertes estos obstáculos. Las mujeres, excluidas de la propiedad de la tierra, son empujadas fuera del sector; la falta de activos las limita a actividades de subsistencia poco rentables; los rezagos en materia de escolaridad las excluyen de los mercados de trabajo y el acervo de habilidades, destrezas y conocimiento de técnicas únicas es insuficientemente reconocido y valorado por los mercados.

Mientras que algunos proyectos productivos logran consolidarse y luego se convierten en empresas viables; en otros casos, los negocios se mantienen activos por mucho tiempo pero sin alcanzar una escala que asegure ingresos suficientes. Otros, la mayoría, no logra sobrevivir después de algún tiempo y desaparecen. Todos estos intentos tienen, sin embargo, un elemento en común: el cuestionamiento de la posición subordinada de las mujeres en sus espacios

familiares y comunitarios; todos estos proyectos a su vez son intentos por corregir patrones desiguales de distribución de las oportunidades de desarrollo.

En el diagnóstico se estudia la influencia de estos condicionamientos en las estrategias productivas de las mujeres y el papel de las políticas públicas en la moderación de los efectos negativos. El diagnóstico se enfoca en las percepciones que las mujeres rurales e indígenas han elaborado en torno a su experiencia como emprendedoras y se identifican las demandas de allí surgidas. El mismo ejercicio se hace con el cuerpo administrativo que opera los programas de gobierno de impulso a la actividad emprendedora. Los recursos públicos pueden jugar un papel decisivo en la evolución de las empresas, por eso, la forma en que el funcionariado entiende la problemática de las mujeres indígenas y rurales puede resultar decisiva.

La investigación aspira a ofrecer elementos para fundar mejores acciones públicas en este campo del desarrollo social y económico. En ese sentido se identifican un abanico amplio de obstáculos que frenan e imponen altos costos a los esfuerzos de las mujeres. La remoción de algunas barreras es más difícil porque expresan estructuras sociales y culturales hondamente arraigadas. Pero, muchos obstáculos se originan en la propia dinámica de las instituciones de gobierno; en estos casos se puede intervenir de manera efectiva en el corto y mediano plazos.

Marco metodológico

El principal objetivo de este estudio es identificar las demandas y necesidades de las mujeres empresarias de origen rural e indígena. Una cuestión central en este diagnóstico es el interés por identificar los condicionamientos originados en los patrones de desigualdad y exclusión basados en la discriminación de las mujeres por su condición genérica, de residencia e identidad étnica. La discriminación eleva los costos sociales y económicos de los proyectos, dificulta el desarrollo de los mismos y no pocas veces provoca su fracaso. La persistencia de estos obstáculos impone una pesada carga a los esfuerzos de las mujeres rurales e indígenas para escapar de la pobreza, pero también condiciona la eficiencia de las políticas de desarrollo social y económico interesadas en abatir su incidencia.

En el diagnóstico de los requerimientos y las dificultades que enfrentan las mujeres indígenas y rurales que dirigen empresas o proyectos productivos se utilizó un enfoque de recolección de información de tipo cualitativo. En las entidades federativas seleccionadas se realizaron dos reuniones separadas del tipo grupo focal con mujeres indígenas empresarias y con miembros del funcionariado encargados de la operación de programas destinados a esta población. Esta técnica utiliza la discusión grupal como medio para la generación de información considerada pertinente por el estudio. El diseño de la metodología y el trabajo de campo fueron realizados por personal de la Dirección General de Transversalización de la Perspectiva de Género. Asimismo, a los participantes de las sesiones se les realizó una entrevista con base en un cuestionario estructurado con el fin de recabar información general sobre el perfil de los participantes, sus funciones en el caso del funcionariado y los emprendimientos productivos en el caso de las mujeres empresarias.

Los grupos focales se hicieron en Oaxaca, Chiapas, Yucatán y Veracruz, por ser las entidades federativas que (en ese orden) cuentan con la mayor proporción de población indígena en el país en relación con la población total, de acuerdo con datos

de 2005 obtenidos de la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas.¹ Adicionalmente, se organizaron grupos focales en el Distrito Federal, debido a la ubicación de informantes clave que participaron en el Primer Encuentro México-Estados Unidos para el Empoderamiento Económico de las Mujeres Mexicanas, que tuvo lugar el 16 de julio de 2013, y cuyas opiniones se deseaba captar.

El trabajo de campo se realizó durante agosto de 2013. En cada entidad federativa se efectuó una sesión con empresarias y otra con funcionariado, de manera que se llevaron a cabo 10 grupos focales con una duración de 2 a 3 horas cada uno, en los cuales participaron un total de 111 personas. Las sedes, fechas y número de participantes se presentan en el siguiente cuadro.

| Cuadro 1: Sedes, fechas y participantes de los grupos focales | | | |
|--|----------------|---------------------------------|-----------------|
| Entidad federativa | Fecha | Participantes | |
| | | Empresarias indígenas y rurales | Funcionarias/os |
| Chiapas | 13 y 14 agosto | 18 | 8 |
| Distrito Federal | 15 de agosto | 15 | 10 |
| Oaxaca | 19 de agosto | 10 | 11 |
| Veracruz | 13 y 14 agosto | 10 | 10 |
| Yucatán | 13 y 14 agosto | 9 | 10 |
| Total | | 62 | 49 |

La convocatoria para la participación en la consulta se hizo de manera directa a las siguientes instituciones. En el caso de las dependencias del gobierno federal, se invitó a las delegaciones:

- Instancias estatales de las mujeres
- Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI)

¹ Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (2006). Indicadores Sociodemográficos de la Población Indígena 2000-2005 [documento electrónico]. Disponible en:

http://www.cdi.gob.mx/cedulas/sintesis_resultados_2005.pdf

- Instituto Nacional de la Economía Social (INAES)
- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA)
- Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano (SEDATU)
- Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL)
- Secretaría de Economía (SE)
- Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT)

En el proceso de selección de las mujeres empresarias se contó con el apoyo de estas dependencias gubernamentales que invitaron a por lo menos dos mujeres beneficiadas por sus programas de promoción de la actividad empresarial.

Los instrumentos utilizados en las entrevistas se presentan en los anexos 1 y 2. Para el caso de las empresarias, se hicieron preguntas sobre las razones para iniciar el negocio, uso de tecnología, proyección del negocio, relación con el ingreso familiar y cargas de trabajo doméstico. Se examinó la percepción que tenían de sí mismas en relación con otras mujeres de su comunidad, y si experimentaban discriminación en el mercado por ser mujeres, por ser indígenas o por habitar en comunidades rurales. Finalmente, se solicitó que hicieran propuestas de acciones de gobierno para apoyarlas.

En cuanto a las y los funcionarios, se les pidió que hablaran sobre sus programas y los negocios que tienen las mujeres indígenas y rurales que apoyan. Se les preguntó si habían descubierto necesidades específicas por parte de estos grupos, ya sea en la manera en que se enteran de los programas, la facilidad para cumplir con los requisitos o en el ejercicio del apoyo. Se les cuestionó sobre los retos en el seguimiento de los negocios y se buscó que hicieran propuestas de acciones para incentivar la creación y consolidación de empresas de mujeres indígenas y rurales. En las sesiones se contó con un servicio de estenografía para recopilar la información generada en los grupos focales. Las transcripciones sirvieron como base para el análisis. A partir de los resultados, se elaboraron recomendaciones para un plan de

acción que permita a las mujeres indígenas y rurales empoderarse en términos económicos.

El diagnóstico se apoyó entonces en la información obtenida de 10 sesiones de grupos focales realizadas con mujeres indígenas y rurales con negocios y con el funcionariado público en cinco entidades federativas. En total, en los grupos focales participaron 62 mujeres y 45 funcionarios/as públicos/as (Véase Cuadro 1). En las sesiones con mujeres también participaron algunas representantes de redes y organizaciones sociales promotoras de los micro negocios. Las sesiones con representantes gubernamentales se conformaron principalmente con miembros de delegaciones de organismos federales y, en menor medida, de instituciones estatales.

Participación de la Dirección General de Transversalización de la Perspectiva de Género

A continuación se listan los nombres de las funcionarias y los funcionarios de la Dirección General de Transversalización de la Perspectiva de Género que participaron en el diseño de la metodología y realizaron el trabajo de campo.

Diseño de la metodología

Aída de los Ángeles Cerda Cristerna

Yolanda Concepción Aguirre Platas

Trabajo de campo

| Entidad federativa | Moderadoras/es | Relatoras/es |
|--------------------|--|---|
| Chiapas | Aída de los Angeles Cerda Cristerna | Tuchee Gaona Gordillo |
| Distrito Federal | Aída de los Ángeles Cerda Cristerna Edwvigis Rodríguez Guerrero | Tuchee Gaona Gordillo José Ricardo Hernández Sánchez |
| Oaxaca | Flor Montes de Oca González/DGAAI (moderadora y relatora) | Irma Pérez Puente/DGAAI (moderadora y relatora) |
| Veracruz | Edwvigis Rodríguez Guerrero | José Alberto Gallardo Hernández |

| | | |
|---------|-----------------------------------|-----------------------------|
| Yucatán | Yolanda Concepción Aguirre Platas | Laura Edith Sánchez Almaraz |
|---------|-----------------------------------|-----------------------------|

Adicionalmente, todo el personal que participó en el trabajo de campo hizo una revisión del informe final para emitir comentarios.



Perfil de la población indígena y rural

El panorama social y económico de las áreas rurales está siendo reconfigurado aceleradamente por el efecto combinado de varios procesos socio-económicos. El declive de la principal actividad económica, la agricultura y la ganadería, ha mermado la capacidad para generar empleos e ingresos. En su lugar se ha afirmado una estructura productiva mucho más heterogénea y dinámica, pero todavía insuficiente para absorber la enorme oferta laboral alimentada por el desempleo, la subocupación, los bajos ingresos o la inactividad. El minifundismo continúa siendo el rasgo predominante de la estructura de la propiedad en el campo a pesar de las reformas institucionales implementadas para acotar su incidencia. Ello continúa impidiendo que se alcancen los niveles de inversión y la adopción de nuevas tecnologías necesarios para impulsar el crecimiento del sector. La atomización de la estructura de la propiedad a su vez alimenta la fuerte polarización social y productiva entre un sector de subsistencia mayoritario y otro competitivo, pero minoritario. En este contexto puede entenderse mejor ciertas tendencias como el bajo crecimiento de la población, la alta incidencia de la migración y el impacto de la pobreza.

La población rural -residente en localidades menores de 2,500 habitantes- era de 26.1 millones de personas en 2010 y equivalía a 23.2 por ciento de la población total. El ritmo de crecimiento -apenas 0.52 por ciento por año entre 2000 y 2010- muestra las dificultades del entorno productivo para retener población (INEGI, 2010). La migración –tanto nacional como internacional- es uno de los factores que más ha contribuido a este resultado.

La imagen de un mundo rural estructurado en torno a las actividades primarias está cediendo su lugar a una composición socio-productiva heterogénea. Aunque en las zonas rurales la mayor parte del empleo está vinculado con la agricultura y la

ganadería (49.3%), otras actividades, como la construcción, las manufacturas, el comercio y algunos servicios, generan actualmente más de un tercio de las ocupaciones (34.5%) (INEGI, 2010). La integración territorial de las economías regionales está posibilitando una mejor articulación entre la oferta de fuerza laboral en las zonas rurales y la demanda asentada en los centros urbanos. Los estratos sociales que tenían dificultades para insertarse en la actividad productiva enfrentan ahora una estructura de oportunidades más diversificada. Esto es especialmente cierto en el caso de las mujeres.

La exclusión de las mujeres de la propiedad de activos productivos en el campo fue la principal palanca que permitió circunscribir la actuación de las mujeres al campo doméstico. Las mujeres son propietarias de sólo 15.7 por ciento de las unidades de producción agrícola privadas a nivel nacional. En el sector ejidal, creado precisamente como una medida redistributiva de justicia social, las mujeres sólo son propietarias de 19.8 por ciento de las unidades de producción. La exclusión no es menor entre quienes hablan alguna lengua indígena, en este caso las mujeres son propietarias de 15.5 por ciento de las unidades de producción (INEGI, 2009; INEGI, 2009). En algunas entidades federativas las disparidades son aún más pronunciadas, como en Yucatán, donde las mujeres son titulares de sólo 4.5 por ciento de las parcelas ejidales. En Oaxaca, por el contrario y muy probablemente relacionado con la alta incidencia migratoria, las mujeres son titulares de los derechos ejidales del 27.1 por ciento de las parcelas (INEGI, 2009).

Los efectos de esta división sexual del trabajo, lejos de limitarse a la esfera de la propiedad de la tierra, se extienden a los mercados de trabajo. En las áreas rurales la tasa de participación masculina (81.2%) es 2.6 veces mayor que la correspondiente a la de las mujeres (31.4%) (INEGI, 2012). Las mismas normas que segregan a las mujeres del mundo agropecuario continúan operando en el mercado laboral. En las localidades rurales seis de cada 10 hombres están ocupados en el sector primario (59.1%), mientras que sólo 17.1 por ciento de las mujeres está empleada en este sector (INEGI, 2010). La exclusión de la propiedad de activos y

una baja participación en los mercados de trabajo parecen ser las características de las mujeres rurales. Estas condiciones, negativas desde el punto de vista del bienestar de las mujeres, bien podrían estar sentando las condiciones para un mejor aprovechamiento de la diversificación de oportunidades económicas. En orden de importancia, el comercio, las manufacturas y los servicios son los sectores más relevantes para la inserción laboral de las mujeres.

Una serie de rezagos sociales y económicos –bajo nivel de acumulación de capital humano, baja productividad, carencias de infraestructura y la discriminación que inhibe la participación económica de mujeres e indígenas- se conjugaron en la construcción de un escenario muy desalentador desde el punto de vista del bienestar de la población. La medición más reciente de la pobreza en México muestra que en las zonas rurales 16.7 millones de habitantes (61.6% de la población rural) está en situación de pobreza y 5.8 millones en pobreza extrema (21.5%) (CONEVAL, 2013). Aunque el nivel de incidencia de esta forma extrema de exclusión es muy alto, todavía cabe esperar tasas más altas entre algunos estratos sociales específicos, como la población indígena.

La población indígena

La estimación de la población indígena, a diferencia de otros sub-grupos demográficos, plantea importantes desafíos metodológicos y conceptuales. Según el indicador más frecuentemente utilizado –las personas mayores de 5 años hablantes de alguna lengua indígena- en México había 6.7 millones de indígenas en 2010, equivalente a 6.7 por ciento de la población total de la misma edad. La población indígena crece a un ritmo lento y menos intenso que el crecimiento de la población en general.² Se ha señalado que este indicador es insuficiente porque muchas personas, a pesar de ya no hablar su lengua, continúan considerándose

² El crecimiento de la población mayor de 5 años hablante de alguna lengua indígena cayó de 1.4 por ciento anual en los noventa a 1 por ciento entre 2000 y 2010. Asimismo, en este último periodo el crecimiento de la población indígena fue menor al correspondiente a la población total del país (1.4 por ciento anual) (INEGI, 2010).

indígenas. Según este indicador, la población indígena aumenta a más del doble - 15.7 millones de personas en 2010- y representa 16 por ciento de la población total (INEGI, 2010).

La distribución territorial de la población indígena es una expresión de múltiples condicionamientos sociales, económicos y culturales. En ella se conjugan la segregación social, la dependencia de la agricultura, la falta de desarrollo económico y la debilidad del Estado para llevar bienes públicos a esas regiones. También hay quienes han visto en estos patrones una estrategia dirigida a proteger sus instituciones y modos de vida.

La mayor parte de la población indígena se concentra en porciones acotadas del territorial nacional. Las entidades seleccionadas para este estudio –con excepción del Distrito Federal- albergan 52.2 por ciento de la población indígena nacional. En Oaxaca (17.4%) y Chiapas (17.1%) se dan las mayores concentraciones de población indígena (INEGI, 2010). Otro rasgo distintivo es la elevada concentración en localidades rurales pequeñas en tamaño y geográficamente aisladas. Mientras que a nivel nacional sólo 1 de cada 5 individuos mayores de 5 años reside en localidades menores de 2,500 habitantes (20.3%), entre la población indígena esta condición afecta a 3 de cada 5 (61.5%). Entre la población indígena monolingüe esta proporción aumenta a 83.8 por ciento (INEGI, 2010).

La población indígena vive en contextos socio-económicos dominados por tasas muy altas de pobreza, alta dependencia de las actividades primarias y escasa diversificación de las actividades productivas. La proporción de la población de 5 o más años sin escolaridad a nivel nacional es de 6 por ciento. Esta proporción aumenta a 20.3 por ciento entre la población indígena en general y a 49.1 por ciento entre la población indígena monolingüe. La brecha respectiva con los valores nacionales es de 3.4 veces y 8.2 veces respectivamente. Pero cuando se trata de las mujeres indígenas, la brecha de desigualdad es mucho más pronunciada (3.7 y 8.1 veces mayor) (INEGI, 2010).

Por ello no sorprenden los bajos niveles de participación económica de las mujeres. Las tasas de participación masculina no presentan diferencias marcadas según se trate de población nacional (73.5%), población indígena en general (77.3%) o población monolingüe (73.3%). En el caso de las mujeres, sin embargo, la situación es muy diferente. Las tasas de participación económica de las mujeres indígenas (21.4%) son 11.9 puntos porcentuales más baja que el de las mujeres a nivel nacional; en el caso de las mujeres indígenas la brecha de participación económica (12.3%) aumenta a 21.1 puntos porcentuales (INEGI, 2010).

La suma de privaciones en todos los órdenes significativos explica que en 2012 casi 4 de cada 5 indígenas estuviera en situación de pobreza (76.8%) y que 38 por ciento estuviera por debajo de la línea de pobreza extrema. Sólo 228.9 mil personas indígenas, de los 6.6 millones de indígenas, había escapado a la pobreza y otras formas de vulnerabilidad social (CONEVAL, 2013).



La perspectiva de las empresarias indígenas y rurales

Los emprendimientos productivos representados en los grupos focales son indicativos de las actividades y sectores productivos en los que se desarrollan las mujeres indígenas emprendedoras. Un núcleo básico de actividades está estrechamente relacionado con los saberes aprendidos en la socialización familiar y comunitaria y las prácticas vinculadas con los roles asumidos por las mujeres en las comunidades indígenas. Las artesanas del barro rojo de Oaxaca, la cerámica en Hidalgo y las productoras de textiles de Chiapas y Yucatán muestran que las mujeres indígenas utilizan sus activos culturales y sociales como base de sus proyectos productivos.

Las mujeres emprendedoras, sin embargo, no se limitan a las actividades que la tradición indica. Ellas están incursionando en nuevos negocios como la comercialización de granos básicos, la producción de alimentos y los servicios. Algunos de sus emprendimientos como las estufas ahorradoras de leña en Veracruz, tienen además un fuerte contenido de género porque busca aliviar una de las tareas más pesadas a cargo de las mujeres, la recolección de leña.

Las unidades productivas tienen una antigüedad variable. Muchas de ellas comenzaron a operar con el otorgamiento de algún subsidio, pero también hay empresas familiares más antiguas que se han acercado a los programas de gobierno en búsqueda de apoyos económicos para continuar operando. Sin embargo, hay que tener presente que las mujeres indígenas muy frecuentemente tienen mucho más tiempo desempeñándose en sus oficios y actividades ya sea porque trabajaban en otras empresas o porque la actividad se desarrollaba en el seno de los grupos domésticos.

La mayoría de los negocios operan con un alcance territorial muy acotado. Los principales mercados de los productos producidos por las mujeres indígenas suelen

ser las propias comunidades de residencia, las ciudades cercanas, las localidades de la región o las cabeceras municipales. El turista es en muchos casos el principal consumidor; pero allí donde el turismo no es intenso, el consumidor local y nacional representa el principal foco de interés de las empresarias. La dependencia del entorno local es por todas percibida como un condicionante negativo que impide la consolidación y el crecimiento de las empresas. El grado de articulación de las regiones es un factor crucial que afecta el aspecto comercial de los negocios. La existencia de buenos caminos y medios de transporte facilita el desplazamiento de las mercancías y bienes desde los lugares de producción hacia los mercados en las áreas urbanas.

¿Por qué las mujeres indígenas dirigen sus propios negocios?

Los negocios de las mujeres forman parte del abanico de estrategias de subsistencia desplegadas para confrontar las condiciones extrema pobreza y exclusión que afectan a la población indígena y rural. En el ámbito doméstico o fuera de él las mujeres siempre han tenido una participación activa en la procuración de los bienes y servicios para el sustento familiar, sin embargo, los negocios liderados por mujeres están siendo empujados (y están provocando) por una profunda transformación de la posición social de las mujeres en los espacios doméstico, comunitario y social. La intensidad del cambio varía de un contexto a otro y también es diferente el grado en que las mujeres dan cuenta del mismo, pero en todos los grupos focales con mujeres se hizo presente esta idea.

Las necesidades insatisfechas derivadas de las condiciones de extrema pobreza se encuentran entre los principales disparadores objetivos de los micro-negocios. Se trata de necesidades que no pueden ser satisfechas con los recursos de las economías de subsistencia tradicional, o sea, mediante la producción doméstica de bienes y servicios. La familia necesita asegurarse un flujo monetario para comprar esos bienes y servicios que sólo se ofrecen en el mercado. La otra condición objetiva son las barreras sociales y culturales que limitan la participación económica

de las mujeres en los ámbitos rurales. El sector agropecuario ha estado históricamente vedado a la participación de la mujer y los mercados de trabajo son muy débiles como para generar un amplio número de empleos. La investigación mostró que además de estos condicionamientos generales están ocurriendo fenómenos de orden más específico que son importantes para entender el espíritu emprendedor de las mujeres rurales e indígenas.

Integración regional

La tradicional dicotomía urbano-rural quizás no sea el mejor recurso para comprender el tipo de articulaciones territoriales que está favoreciendo la actividad emprendedora. En ese sentido quizá cabría hablar de espacios más o menos urbanizados en función del grado de articulación entre los centros urbanos y los espacios rurales. Este proceso de “integración territorial” tiene múltiples expresiones como la movilidad de las personas y los bienes entre las pequeñas comunidades rurales y los espacios urbanos, la exposición a patrones de consumo urbanos y el acceso a los servicios públicos. Si bien se está lejos de remover el aislamiento de las comunidades indígenas, la mejor articulación territorial ha facilitado las tareas de las mujeres emprendedoras.

Como resultado de este proceso, las mujeres tienen frente a sí una estructura de oportunidades más variada, se enfrentan a nuevos incentivos y a nuevos patrones de consumo. No menos importante, las políticas sociales han podido mejorar la cobertura territorial de sus programas y servicios. En las reuniones fue muy reiterado el objetivo de apoyar el estudio de los hijos, muchos de ellos en las preparatorias y no pocos en las universidades. Sin duda, el consumo de un servicio como el educativo conlleva gastos que no pueden ser provistos por la economía doméstica.

Salida de la agricultura ¿Un destino fijo?

La salida de las mujeres del mundo de la agricultura es un hecho socialmente construido y se basa en la exclusión de las mujeres de la propiedad de la tierra.

Cuando esta condición se revierte las mujeres pueden protagonizar empresas muy exitosas en este sector. Las productoras de granadillas y flores de Chiapas y, como lo relata un funcionario en Veracruz, las productoras de palmas de Veracruz: “Bueno, voy a hablar de un grupo que conozco, que no es apoyado por el instituto, pero he tenido relación con la organización que la ha impulsado, porque he sido parte de ella. En la sierra de Santa Martha hay una cooperativa de palmeros, en la cual participan 70 mujeres y en la cooperativa, bueno, tiene muchos años que se ha venido construyendo esa alternativa. Ya en los últimos tiempos, ya tienen un centro de comercialización y venden a una concentradora que envía la palma comedora a otros países. Entonces, participan de esa cooperativa, una de las mujeres tiene un cargo dentro de la administración de la cooperativa. *Y lo importante para que ellas hayan podido desarrollar esta opción es que durante el parcelamiento, porque eran terrenos comunales, estas mujeres tuvieron acceso a la tierra, porque si no, no tienen dónde producir.* Entonces, creo que es uno de los grandes obstáculos que el acceso a los recursos productivos, básicamente a la tierra, es muy limitado, tanto para mujeres rurales, como para mujeres indígenas”.

La transformación del ámbito doméstico

Los negocios, lejos de establecer una desvinculación definitiva de las mujeres con las necesidades del ámbito doméstico, pueden considerarse como una expresión de las mutaciones que afectan a la organización del espacio doméstico y, muy particularmente, a la división sexual del trabajo doméstico. Las mujeres en los grupos focales se refirieron por lo menos a tres factores detonadores de sus negocios asociados con el espacio doméstico.

El deterioro del poder económico de los hombres –dueños de las milpas, ocupados en empleos de muy bajos ingresos o sin actividad laboral regular- pone en riesgo la reproducción social de los miembros del grupo familiar, especialmente el bienestar de los menores. Las estrategias laborales y productivas de las mujeres ya sea como

asalariadas o como propietarias de sus negocios se convierten así en una palanca fundamental de la economía doméstica.

La migración internacional ha abierto nuevas oportunidades para la participación económica de las mujeres. Como lo describen las mujeres de Oaxaca, las promesas económicas de la migración no se están cumpliendo, las remesas no llegan y los hombres tampoco retornan. Esto ha abierto la oportunidad para que las mujeres indígenas encaren proyectos que en otras circunstancias les estarían vedados. Pero, mucho más importante, la migración pareciera estar disolviendo las relaciones de subordinación exigidas a las mujeres.

Los nuevos patrones de consumo y la influencia de las políticas sociales están transformando las demandas de las familias. El principal motivo para impulsar sus proyectos productivos –muchas veces a costa de conflictos y tensiones con los cónyuges- es la educación de los hijos. La escolarización prolongada de los hijos rompe con los equilibrios económicos en la familia: los hijos aportan pocos ingresos mientras estudian, al tiempo que las necesidades de ingreso aumentan.

La conducción de un negocio propio obliga a sortear muchos obstáculos. Entre ellos enfrentarse al control de los esposos y de la comunidad y combinar las responsabilidades domésticas y las productivas. Pero, el manejo de un negocio lleva la adquisición de nuevas habilidades y destrezas. Muchas salieron por primera vez de sus comunidades para atender asuntos de sus negocios, tienen que enfrentarse a las autoridades sin la mediación de los cónyuges y tienen que administrar sus recursos.

Cómo lo expresó una participante de Chiapas: “Sí, como dice nuestra compañera, ya es una gran necesidad que nosotras las mujeres tenemos que trabajar, pero también lo hacemos como para ver la igualdad, que ahora ya no está más el hombre que la mujer, sino que valemos igual hombre y mujer, entonces también nosotras las mujeres podemos trabajar para poder ayudar a nuestro esposo, porque con el

suelo mínimo que ellos tienen prácticamente no podemos darles todo el estudio a nuestros hijos”.

La incursión de las mujeres indígenas en el mundo productivo refleja transformaciones profundas del tejido familiar y comunitario al que pertenecen. El interés de alcanzar una mayor autonomía e independencia económica con respecto a los hombres, manifestado en forma reiterada en todos los encuentros, significa que más allá de las prácticas las mujeres están reflexionando críticamente sobre su papel en esos ámbitos. Los negocios dirigidos por mujeres indígenas cuestionan la continuidad y legitimidad de los roles de género tradicionales y, por lo tanto, cumplen con un papel transformador de las condiciones de vida de las mujeres en sus distintos ámbitos de sociabilidad.

El funcionamiento de los negocios

Los negocios emprendidos por las mujeres rurales e indígenas están fuertemente enraizados en sus comunidades. Las esferas doméstica y comunitaria proveen los recursos sociales, económicos y simbólicos fundamentales para el funcionamiento de las empresas de las mujeres indígenas. En el espacio doméstico se enseñan y transmiten destrezas técnicas, hábitos de trabajo y contenidos simbólicos que darán el sello de identidad a los productos y servicios producidos por sus empresas. Estos espacios, además, brindan los vínculos sociales básicos –el capital social- que servirán de sustento a las organizaciones productivas.

Más allá de este escenario, común a la mayoría de las empresas dirigidas por mujeres indígenas, los emprendimientos productivos asumen formas muy variadas de organización. En cuanto al grado de formalización algunas empresas son poco más que la suma de voluntades de sus miembros, mientras que otras, las menos, cuentan con niveles altos de formalización debido principalmente a las exigencias de las instituciones públicas, las necesidades de expansión y el grado de maduración de las empresas.

Las empresas reclutan a sus integrantes principalmente en el medio familiar directo. Las relaciones de parentesco –especialmente las que vinculan a madres, hijas, tías y sobrinas- sirven de soporte básico para la conformación de las empresas. La cooperación basada en los vínculos afectivos, la confianza y la reciprocidad constituyen el principal activo de las empresas dirigidas por mujeres. La comunidad también es una fuente de apoyos y recursos materiales y humanos para las empresas. Pero su contribución es menos significativa que el aporte de los vínculos familiares directos.

En la evolución de las empresas son frecuentes las tensiones entre las empresarias y los cónyuges que pretenden ejercer algún tipo de control sobre las decisiones y los recursos de las mujeres. Esto ha llevado a que algunas empresas constituidas por mujeres abrieran espacios a la participación masculina. En esos casos se ha asegurado que los hombres no ocupen las posiciones de decisión. Estas presiones son también una fuente de tensión para los funcionarios/as públicos. Los momentos más críticos tienen que ver con el pago de los subsidios.

La familia y la comunidad son, sin embargo, fuentes limitadas de recursos. Un hogar conformado por pocos adultos y muchos menores genera más demandas que oportunidades para la generación de empresas. Asimismo, la hostilidad de la comunidad puede impedir que los proyectos productivos se desarrollen y alcancen la etapa de consolidación.

Las mujeres forman sus propios negocios conscientes de que están incursionando en ámbitos no tradicionales y lo hacen dándole continuidad a las estrategias de diversificación de riesgo y oportunidades. Además del negocio, las mujeres dedican parte de su tiempo a otras actividades productivas generadoras de ingresos porque los negocios maduran lentamente y no generan los ingresos suficientes para atender el consumo doméstico y la reproducción del negocio. Sin duda, este es un condicionamiento que suma una carga extra de trabajo además de condicionar la participación de las mujeres en sus propios negocios.

Las empresas de mujeres indígenas y rurales

Los emprendimientos de las mujeres indígenas presentan algunas características que los distinguen de aquellos dirigidos por mujeres rurales que no hablan alguna lengua indígena y que tampoco se identifican como tales. La organización de las empresas de las mujeres indígenas se apoya más en el ámbito doméstico y comunitario y tiene muchas dificultades para trascender este umbral. Los conflictos derivados de los cuestionamientos de la división del trabajo son más intensos debido a la legitimidad que todavía gozan las normas tradicionales en las comunidades. Los productos de las mujeres indígenas tienen una carga simbólica y cultural más intensa. Las mujeres se sienten herederas de una tradición que valoran y a la que quieren dar continuidad. Los fracasos comerciales, por esta razón, tienen una carga emocional mucho mayor porque están involucrados aspectos de la identidad del productor. En muchos tramos de las entrevistas pudo registrarse un fuerte reclamo de reconocimiento.

Las mujeres que no se reconocen como indígenas porque no hablan lengua alguna se apoyan también en el núcleo doméstico pero integran a personas ajenas al mismo. La falta de confianza, sin embargo, es una epidemia que condiciona el crecimiento de las relaciones de cooperación de todas las empresas. Su productos tienen menos contenido cultural y están más atentas a las demandas del mercado.

Los obstáculos que enfrentan las empresas dirigidas por mujeres

Las mujeres son conscientes de los factores que limitan el funcionamiento de sus proyectos productivos. En contra de sus esfuerzos se erigen barreras de distinta naturaleza. La adecuada comprensión de estos condicionamientos es un paso obligado para la formulación de políticas adecuadas a las circunstancias específicas que afectan a este tipo empresas.

Infraestructura

Las carencias en materia de infraestructura constituyen uno de los principales déficits de las áreas rurales y principalmente de las ocupadas por la población indígena. El mal estado o la carencia de servicios de **infraestructura** básicos (caminos, transporte, energía, telecomunicaciones) y la dispersión geográfica de la población constituyen uno de los más serios obstáculos para las empresas de las mujeres indígenas que requieren alcanzar nuevos mercados.

El aislamiento social es un escollo que enfrentan las mujeres para hacer prosperar sus empresas. El aislamiento es un condicionamiento objetivo que se origina en dos fuentes: la falta de medios físicos que faciliten la movilidad y el control social ejercido sobre las mujeres bajo la forma de “el permiso” concedido por los hombres. Sin bien la falta de infraestructura de comunicación y transporte no ha producido esta norma, si es posible pensar que ha contribuido con su reproducción más allá del consenso de las mujeres.

Para una productora de artesanías en barro rojo de Oaxaca la posibilidad de mostrar sus piezas fuera del estado fue decisivo para desarrollar vínculos comerciales: “Y ahora, de mi parte doy gracias a Dios que me dio la oportunidad de ir a promocionar más nuestro producto, lo que nosotras trabajamos, el barro rojo. Y ahora nosotros ya tenemos unos clientes que nos compran, no compran seguido, pero compran dos o tres veces al año. Y me doy cuenta que nos sirvieron mucho las ferias a que nosotros hemos asistido”.

Capacidades

Las mujeres indígenas movilizan las habilidades aprendidas en sus comunidades para producir bienes y servicios en distintos mercados. Sin embargo, la falta de un amplio rango de capacidades y competencias, que incluyen el dominio del español en el caso de las indígenas, la educación formal en todas, y los conocimientos relativos a la administración y gestión de las empresas, coloca a las empresas dirigidas por mujeres en una situación de marcada desventaja.

La práctica de conducir sus negocios las confronta con sus limitaciones en forma cotidiana. Las mujeres valoran positivamente los cursos de asistencia técnicas brindados por distintas agencias públicas y sociales porque reconocen que con ellos han adquirido nuevas herramientas. Pero también es cierto que los mismos están lejos de ser los apropiados y pertinentes.

Los roles de género en la familia y la comunidad

El proceso que lleva a las mujeres a convertirse en empresarias y dueñas de sus negocios al mismo tiempo que las empodera crea nuevos desafíos para el funcionamiento de los negocios. El poder económico derivado del control de estos activos está revirtiendo pautas históricas de exclusión y subordinación en las esferas productiva y doméstica. La incursión de las mujeres en el mundo productivo como propietarias está transformando las relaciones de iniquidad y produciendo un nuevo equilibrio en las relaciones de poder en las familias y comunidades. El medio social en el que se desenvuelven las mujeres es fuente de oportunidades y recursos para las empresas, pero también fuente de obstáculos.

Las responsabilidades que conlleva dirigir una empresa implican romper con el confinamiento al doméstico. Las mujeres reiteradamente insistieron en que pocos obstáculos son tan difíciles de sortear como el de dejar de pedir permiso a los esposos. El manejo de un negocio requiere de movilidad sobre todo si hay que salir a vender los productos. Para muchas mujeres, sus negocios le dieron la primera oportunidad de salir de sus comunidades sin el control directo de sus cónyuges.

Las exigencias impuestas por los negocios ejercen una enorme presión sobre **la división doméstica del trabajo**. Estas tensiones obligan a resolver cuestiones prácticas en torno a la distribución del tiempo, pero mucho más importante es el impacto simbólico de las mujeres asumiendo funciones productivas más allá de las fronteras del espacio doméstico. Pocos hechos son tan lesivos para el orden tradicional como el acceso de las mujeres a la propiedad de bienes con valor económico.

No es extraño entonces que en este terreno se produzcan confrontaciones que incluso llevan al fracaso a los proyectos productivos. En la mayoría de los casos, si la mujer desea persistir en su negocio debe asumir ambas responsabilidades. La actividad productiva de las mujeres tiene que acomodarse a las exigencias de la vida doméstica. **El trabajo doméstico** de atención a niños/as, la preparación de alimentos y limpieza de la vivienda es realizado en su totalidad en las mujeres. En ese sentido, los negocios han aumentado la carga de trabajo. Como lo plantea una participante, hablando de las diferencias entre las mujeres: "Entonces, otra de las cosas que nos diferencian es que tenemos esa visión de no quedarnos ahí como buenas mujercitas amas de casa o trabajando en nuestra casa o extendiendo la mano a que el papá, el hermano, el marido (para que) nos den dinero".

El trabajo productivo extra-doméstico de las mujeres genera conflicto y actitudes hostiles en el espacio familiar inmediato. Familiares que antes ayudaban en el cuidado de los hijos/as ahora escatiman su apoyo como parte de su rechazo hacia la independencia y autonomía de las mujeres. Las respuestas de las mujeres son variadas. Muchas abandonan sus proyectos debido a las confrontaciones familiares y comunitarias. En algunos casos, los menos, se ha dado un proceso de negociación que si bien no conduce a un equilibrio más justo de las cargas, por lo menos, elimina las formas más severas de control social sobre las mujeres. En estos casos es común que las mujeres recurran a la ayuda de su descendencia, especialmente, las niñas. En algunos pocos casos, donde la economía familiar lo permite, se ha llegado a la contratación de trabajadoras domésticas.

La marcha de los negocios genera conflictos en las familias y comunidades que en los hechos son un costo social no considerado. Estos conflictos agregan una carga al trabajo de las mujeres en sus negocios y socavan las relaciones de cooperación entre las mujeres. En muchos casos incluso esto ha llevado al fracaso de los proyectos productivos. Una incorrecta apreciación puede atribuir el fracaso de los proyectos a las mujeres (su baja escolaridad o sumisión) cuando en realidad hay que adjudicarlo al entorno familiar y social.

La escala de los negocios y los mercados

Los proyectos productivos en su desarrollo cruzan por diversas etapas y cada una de ellas se caracteriza por problemáticas específicas. Las empresas que superaron las primeras etapas de desarrollo, o sea, las que se han consolidado internamente y han montado una estructura que asegura la producción regular de bienes o servicios, se enfrentan con la alternativa de persistir en ese estado (con el riesgo de desaparecer frente a la competencia de otros productores) o crecer aumentando la capacidad de producción y buscando nuevos mercados. Los negocios de mujeres indígenas tienen serias dificultades para seguir esta última ruta.

El principal escollo percibido por las empresarias se origina en la exacerbada competencia entre productores locales. Las ferias, mercados y tianguis están llenos de artesanos y productores que compiten entre sí para vender sus productos. Las ventas son siempre a escala pequeña y con márgenes muy reducidos. La dependencia de los mercados locales es una expresión del aislamiento social y espacial de las empresarias. Las mujeres perciben claramente la naturaleza de los obstáculos. Una productora de flores afirmó, por ejemplo, que “nosotros necesitamos más mercado, porque en el caso de nosotros, que producimos flores, entregamos en San Cristóbal, en el mercado de San Cristóbal únicamente. Ahí no nos pagan, *no valoran, no valoran nuestro esfuerzo, el trabajo, el tiempo que lleva*”. A esto hay que sumar el hecho de que los mercados locales están inundados de productos provenientes de otras regiones y muy similares a los producidos localmente.

El problema de la competencia en los mercados es particularmente crítico para quienes se desarrollan en la actividad artesanal. Las productoras de utensilios de barro de Oaxaca o las artesanas de productos textiles enfrentan condiciones muy adversas en los mercados porque la producción de los productos artesanales se hace conforme a normas y estándares que los coloca en desventaja frente a otros productos. Las artesanías se distinguen por representar una tradición, estar hechos con materiales originales y de primera calidad y, principalmente, por estar realizados

a mano. Una fabricante de hamacas a mano de Chiapas lo plantea tajantemente: *“Quieren cosas buenas, pero quieren barato, y hacer una cosa buena nos lleva tiempo y no nos pagan, entonces como que ahí nosotros en lugar de que vayamos bien, a veces baja mucho la venta, porque no podemos vender, nada más lo que Dios nos echa la bendición, nada más lo que vendemos en la casa”*.

En los hechos, los mercados operan como mecanismos de exclusión de la identidad cultural de las artesanas porque los elementos simbólicos de su pertenencia a un grupo étnico y las técnicas y materiales utilizados son sistemáticamente castigados por el juego de la oferta y demanda. Las productoras artesanales no están en condiciones de prosperar porque las reglas del mercado castigan aquellos aspectos de los bienes artesanales que precisamente lo hacen objetos únicos: el trabajo intensivo de las artesanas.

Sin duda, el problema atañe a la naturaleza de los bienes artesanales y no puede resolverse solamente con más mercado, ni con más escala de producción. Pero las productoras artesanales, confiadas en la calidad y distinción de sus productos, buscan trascender los límites estrechos de los mercados locales. Mujeres artesanas han logrado abrirse paso hacia el mercado nacional con el respaldo de instituciones públicas o hacia los mercados internacionales. En este último caso han sido fundamentales las redes informales que las mujeres han establecido con organismos y patrocinadores particulares.

La producción para mercados más grandes y exigentes entraña desafíos difíciles de encarar. El más evidente es la reducida escala de producción, adecuada para los mercados locales, pero claramente insuficiente para atender una demanda de mayor volumen. En el caso de la producción artesanal la adopción de esquemas productivos de mayor escala está en tensión con la lógica de los productos artesanales que se distinguen por su unicidad. Otros negocios, cuyos productos no están sujetos a estos condicionamientos, podrían embarcarse en una estrategia de crecimiento de su escala productiva. Sin embargo, en este caso, los limitantes son de otro orden.

Un promotor en Oaxaca describe esta problemática con una anécdota: “En la Mixteca tuve una ilustración de un señor que hace bonitos sombreros. Llegó un comercializador de Estados Unidos y le dijo: “qué bonitos sombreros haces. ¿Cuántos haces a la semana?” “Hago cinco”. Porque andan cuidando a los borregos *y la señora hace cinco sombreros* (sic). Al gringo le gustó, se fue a Estados Unidos y buscó mercado. Vino el gringo y dijo: ‘Fíjate que me gustó tu sombrero, pero necesito como 300 sombreros a la semana, por qué no a tus paisanos los pones a trabajar y producen esos 300 sombreros’. El oaxaqueño dijo que no, que porque así está bien. ‘Yo te puedo producir cinco sombreros y el otro cinco sombreros, pero que los junte en un cuarto y haga una empresa, eso es lo difícil”.

La familia y la comunidad aportan recursos materiales, sociales y simbólicos a las empresas dirigidas por mujeres indígenas, pero también pueden limitar el desarrollo de los negocios. La comunidad recrimina la independencia económica a las mujeres mediante el chisme, las críticas y los ataques a la reputación. Las autoridades comunitarias a veces niegan apoyo o permiso para uso de bienes comunes cuando se trata de proyectos de mujeres o cuando ellas presionan para ocupar posiciones en los sistemas de cargo. En esas condiciones resulta muy difícil que las empresas puedan pensar en proyectos de expansión basadas en la comunidad. El rechazo de la comunidad impone un costo social y emocional a las empresarias no registrado en la "contabilidad" de la empresa. Es más, muchos fracasos podrían atribuirse al capital social negativo que se activa cuando es necesario hacer efectiva una sanción colectiva. Esto refuerza la idea planteada por las mujeres de que para cambiar la situación de la mujer no sólo hay que convencerla a ella, sino que también hay que trabajar con los esposos y líderes comunitarios.

Las empresas dirigidas por mujeres y las políticas públicas

Las mujeres consideran que los programas sociales han sido una herramienta fundamental para su experiencia productiva. El aporte económico de los programas y la asistencia financiera son valorados particularmente como palancas

fundamentales en la evolución de sus negocios. Pero, más allá de las empresas, las políticas públicas han contribuido, primero, a romper con el aislamiento de las mujeres indígenas y ha fomentado la formación de nuevos vínculos sociales más allá de los ámbitos tradicionales de la familia y la comunidad. Segundo, el empoderamiento económico de las mujeres está transformando los viejos equilibrios de poder (no sin costos personales y sociales altos) y, por lo tanto, erosionando las condiciones que las colocan en una posición subordinada en sus familias y las comunidades. En ese sentido, las políticas públicas, más allá de sus objetivos puntuales, han actuado como “aliados” en los hechos con los intereses de las mujeres.

Sin embargo, las empresarias también indicaron obstáculos y barreras importantes asociadas con las políticas públicas que afectan el desarrollo de sus negocios. El acceso a la información, las exigencias burocráticas y la operación de un heterogéneo grupo de intermediarios son señalados como los principales factores que dificultan el acceso a los apoyos públicos.

Acceso a la información

La disponibilidad de información es uno de los obstáculos más importantes. Las mujeres reciben la información de los programas en forma parcial y desactualizada. Las mujeres atribuyen esta dificultad a que las instituciones difunden sus programas por medios que son de difícil acceso, como los medios electrónicos o internet. Esto introduce un sesgo en la distribución de la información (y posteriormente en los subsidios) porque las mujeres que no tienen acceso a estos mecanismos o las que residen en zonas aisladas quedan sistemáticamente excluidas.

Estas dificultades llevan a las mujeres a depender de los canales informales de comunicación en las comunidades. Las mujeres mencionan que conocieron los programas de apoyo público porque la información fue provista por algún miembro de la comunidad. El efecto imitación provocado por los proyectos en marcha lleva a las mujeres a buscar información en las instituciones. Es importante reconocer que

la operación exclusiva los medios informales puede conducir a distribuciones inequitativas de los recursos públicos.

El monolingüismo, el escaso dominio del español y el analfabetismo constituyen obstáculos muchas veces insalvables. Estos rezagos sociales son más pronunciados en las mujeres indígenas y, por lo tanto, las coloca en una situación de desventaja en el proceso comunicativo. En algunos casos, se recrean las condiciones de aislamiento social cuando los esposos u otras personas de la familia actúan como intérpretes frente a las autoridades.

Exigencias administrativas

La aprobación de un proyecto productivo está sujeta actualmente a exigencias administrativas que muchas veces operan como una barrera infranqueable. Entre los obstáculos más difíciles de sortear se encuentran:

- Ausencia de traductores en las oficinas representa una barrera para las mujeres provenientes de los estratos con mayores desventajas socio-económicas.
- Exigencia de requisitos difíciles de cumplimentar.
- Poca claridad en los calendarios y exigencias administrativas.
- Demanda de precisiones técnicas desproporcionada con la magnitud de los proyectos.
- Alta en sistema fiscal.
- Trato discriminatorio en las oficinas.
- Desempeño discrecional y arbitrario de miembros del servicio público.
- Las reglas de operación de los programas imponen exigencias insalvables.

Las mujeres que buscan apoyos económicos para impulsar sus proyectos muchas veces han tenido que esperar un año o más para comenzar el trámite de sus solicitudes. Pero, una vez conseguido el apoyo económico y concluido el tiempo de vigencia de los proyectos, las empresarias vuelven a quedar excluidas de los circuitos de apoyo institucional porque sus empresas no han logrado alcanzar las etapas de sostenibilidad.

La experiencia de las mujeres indígenas frente a los requerimientos burocrático-administrativos es desgastante. El cuerpo administrativo está fuertemente condicionado por las normas burocráticas internas -las reglas de operación de los programas- y tiene poco margen para atender con detenimiento las interrogantes que plantean las mujeres sobre los procedimientos a llevar a cabo. El bajo nivel de escolaridad, el manejo deficiente del español y el desconocimiento de los procedimientos administrativos se convierten así en mecanismos de exclusión y discriminación. Las mujeres, frente a estas circunstancias, muchas veces optan por los servicios informales de gestoría e intermediación.

La intermediación

Las exigencias administrativas y la falta de información han llevado a la conformación de un estrato de personas especializadas en las exigencias administrativas de los programas quienes encargan de llevar información a las comunidades, motivan a las mujeres a presentar proyectos, realizan los trámites burocráticos, elaboran los proyectos y, en algunos casos, prestan apoyo y brindan asistencia técnica.

Las barreras de acceso -las originadas en las instituciones y en la vulnerabilidad de las mujeres indígenas- han elevado los costos de transacción y, en torno a ellos, ha crecido la oferta de servicios dirigidos a resolver estos obstáculos. En la prestación de estos servicios participan muchos agentes, la mayoría son profesionales que actúan como gestores/as en forma independiente, pero también hay organizaciones y redes de activistas de distinto alcance y magnitud. Algunos se desempeñan en una zona ambigua porque al mismo tiempo que operan como gestores son miembros de los cuerpos administrativos públicos. La mayoría de los intermediarios limita sus servicios a los trámites y la integración de los proyectos. Las organizaciones sociales de mujeres han agregado a estas funciones servicios de asistencia técnica y otras formas de apoyo. Los servicios de intermediación se pagan en algunos casos con una proporción fija del subsidio recibido por las mujeres.

Las mujeres se quejan de la intermediación porque se limita a la integración de los proyectos y a los trámites burocráticos y no brinda asistencia técnica ni otros servicios que pudieran potenciar las capacidades empresariales de las mujeres. El abuso más frecuentemente está relacionado con los honorarios que, según las empresarias, puede llegar a significar la mitad del subsidio recibido. La intermediación a veces está respaldada por integrantes del servicio público. Una mujer empresaria de Yucatán lo planteó en estos términos: “Sí, tienes que cotizar todo, y tú vas con el técnico y le dices al técnico: yo necesito todo esto y el técnico se encarga de hacer el proyecto, la señora ‘fulanita de tal’ con el grupo esto y esto, entonces ahí por hacerte el trámite el técnico te cobra y, hay veces, es a lo que voy, o sea, no nos estamos negando a pagar, pero tampoco que te quieten la mitad del proyecto, que si son 100 mil pesos te den el dinero y te diga el técnico: bueno, de esos 100 mil usted me tiene que dar 50 mil pesos porque eso costó mi trabajo”.

Las instituciones públicas y los programas trabajan con distintos criterios y reglas. En algunos casos las exigencias de los proyectos son mínimas y esto desalienta el papel de los gestores. En algunos casos, las instituciones reservan un porcentaje del monto de subsidio solicitado para el pago de estos servicios.

Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC)

Las tecnologías de la información son una de las principales palancas del crecimiento económico. Las economías que se han retrasado en la adopción de estas tecnologías ven que las brechas de crecimiento se han ampliado con respecto a los países que han sido más activos en este sentido. La posibilidad de quedar excluido del acceso a estas herramientas –tanto a nivel de países, economías locales, empresas o individuos- puede limitar severamente las posibilidades de desarrollo. La población indígena en áreas rurales se encuentra entre los grupos que mayores obstáculos enfrentan para acceder a estas herramientas. Por ello, se buscó conocer el grado de acceso y el uso que las mujeres estaban dando a estas tecnologías.

El acceso a estas tecnologías enfrenta obstáculos que trascienden las capacidades de las mujeres. La falta de infraestructura básica de energía eléctrica o redes de cobertura de telefonía celular hace imposible el acceso a los demás servicios tecnológicos como las computadoras en las áreas más aisladas. El monolingüismo y el analfabetismo inhiben a las mujeres de un uso más intensivo de estas tecnologías incluso allí donde hay más disponibilidad. Sin embargo, las mujeres conocen estas tecnologías y, muy importante, saben que se trata de herramientas que servirían a sus negocios. En muchos casos, los proyectos productivos llevaron a un uso cada vez más intensivo de distintas tecnologías.

La intensidad en el uso de TIC es afectado por varios factores. El más importante es la edad. Las empresarias más jóvenes no sólo tienen un amplio conocimiento de todo el abanico de posibilidades sino que también tienen una idea más concreta de cómo pueden utilizarse esas herramientas para potenciar sus negocios. Las mujeres mayores no usan TIC salvo el celular o en grado mínimo la computadora y cuando necesitan utilizarlas recurren al apoyo de sus hijos.

El uso incipiente de las herramientas de la información y comunicación muestra un amplio rango de posibilidades. La publicidad de sus negocios, la comunicación con la familia cuando están lejos de la casa o el contacto entre las socias de un emprendimiento o con los clientes son los usos más comunes. Pero también hay experiencias innovadoras como, por ejemplo, las artesanas del barro o de quesos en Oaxaca que ya han incursionado con éxito en la venta de sus productos vía internet.

La visión del funcionariado público

Los grupos focales con integrantes del servicio público reunieron a 45 mandos de todos los niveles jerárquicos, la mayoría vinculada con la atención de las mujeres y la población indígena. A las reuniones asistieron representantes de las delegaciones estatales de las Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL), Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano (SEDATU), Instituto Nacional de la Economía Social (INAES), Secretaría de Economía, la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI) y de las instancias estatales encargadas de promover la perspectiva de género. Esta convocatoria aseguró una amplia representación de las políticas y programas orientados a fomentar las empresas entre las mujeres indígenas. Los programas que participaron en el estudio fueron seleccionados por el equipo de investigación.

Principales características de los programas

La mayoría de los programas financian y brindan asistencia técnica a proyectos productivos en zonas rurales e indígenas. Los instrumentos de financiamiento son variados. En algunos casos los subsidios se entregan bajo el formato de “fondo perdido”, otros operan bajo el esquema de capitalización y, los menos, trabajan bajo condiciones más estrictas de financiamiento. La mayoría de los programas incluyen en su oferta asistencia técnica para apoyar la implementación de los proyectos y el desarrollo de las capacidades y habilidades que exige el liderazgo de las empresas. Los programas ofrecen otros servicios como facilidades para asistir a ferias y mercados y otras medidas que facilitan la movilidad de las empresarias.

Las instituciones encargadas de promover el desarrollo socio-económico local han incorporado la perspectiva de género mediante la focalización de las acciones a las

mujeres. Esta característica es común a prácticamente todos los programas. En algunos casos los programas destinan recursos en forma exclusiva a mujeres y en otros se especifican cuotas; en otros casos, el programa incentiva la participación de las mujeres mediante una mayor contribución proporcional de recursos públicos.

Los programas destinados a impulsar el tejido productivo en las zonas rurales e indígenas operan bajo las orientaciones de cada institución. Así, en algunos casos se apoyan proyectos orientados a mitigar la erosión, en otros se prioriza la generación de empleos o ingresos y otros privilegian el impulso de las artesanías, pero pocos tienen entre sus prioridades la formación de empresas. Los proyectos empresariales de las mujeres indígenas son frecuentemente percibidos como medios para alcanzar otros objetivos. En la medida que la creación de empresas sea un objetivo secundario no se tomarán las acciones que se requieren para impulsar su desarrollo. Sólo en una de las cinco reuniones se mencionó la puesta en práctica de un modelo de incubadoras adecuado a la problemática de los sectores de bajos recursos.

Un funcionario relata el ejemplo de un proyecto de corte ambientalista: “Fue un programa bastante amplio, pero quedaron muy poquitos grupos trabajando en eso, como pasa siempre. Es decir, al principio todo mundo se inscribe, todo mundo quiere, pero luego, *cuando ven las dificultades para que crezca el nopal, porque tarda como cuatro años para empezar a dar bien, es decir, ser productivo*. Estas mujeres, lo último que sé es que están haciendo jaleas, conservas de la tuna y del nopal mismo. *Pero nosotros, como nuestro objetivo era conservar el suelo, para nosotros ya estaba bien que estuvieran los nopales sembrados y grandes, ya habíamos cumplido*. No tenemos manera de darle seguimiento, porque no tenemos líneas para apoyar la parte de industrialización o de transformación”. Un buen ejemplo de cómo la falta de coordinación entre el interés de la institución y el de las mujeres condujeron a una situación de desatención: una vez que los objetivos de la institución se habían alcanzado no había razón para que continuara respaldando el verdadero interés de las mujeres.

Las percepciones sobre las empresarias

En el personal de gobierno prevalecen percepciones encontradas sobre el papel empresarial de las mujeres indígenas. Muy pocos están de acuerdo en considerarlas como empresarias. Esto puede tener consecuencias importantes cuando se trata con las “empresas” de las mujeres. En principio, a las mujeres indígenas se les reconocen muchos atributos positivos que indudablemente están asociados con el rol empresarial. Las mujeres indígenas son fuertes y persistentes trabajadoras, son dueñas de técnicas y habilidades que nadie más posee y tienen facilidad para acomodarse a diferentes contextos socioeconómicos. Las mujeres indígenas residentes en el Distrito Federal, por ejemplo, se han acomodado exitosamente a las características económicas de la metrópolis.

Una funcionaria reconoce que: “Hay algo bien curioso con *las compañeritas* indígenas, ellas no tienen necesidades no sentidas; o sea, una necesidad sentida es de algo que quiero y pido, que nace de mí, que me está haciendo daño. Ellas no, *ellas aparentemente están muy tranquilas en su comunidad, bordando, con la parcela y con sus hijos y viviendo en la condición que están, pésimas condiciones, pero ellas no tienen una necesidad sentida porque no la perciben*”.

Pero, otros atributos igualmente importantes socavan la identidad empresaria de las mujeres indígenas propietarias de sus negocios. Son emprendedoras, son trabajadoras por cuenta propia o independientes, pero no empresarias. Primero, aunque la organización familiar puede ser muy cohesionada, difícilmente las mujeres (incluso los hombres) pueden alcanzar el nivel de organización requerido por una empresa moderna. En segundo lugar, la escasa autonomía de las mujeres las limita para tomar decisiones. Los hombres ejercen un gran control que termina afectando a los negocios dirigidos por mujeres. Por último, las mujeres indígenas son excelentes productoras de artesanías y otros tipos de bienes, pero tienen enormes dificultades para comercializar sus productos. No tienen control sobre todo el ciclo del producto.

Como lo subraya un funcionario: “Pero muchas veces sí también tiene que ver con si las dejan, porque hay empresarias pero luego no las dejan sus esposos, sus papás. También es mucha cuestión cultural. De hecho a las mujeres que invité, es un grupo social que trabaja el barro, *ellas decidieron no casarse para poder salir de su pueblo a vender sus productos, porque si ellas se casaban ya no iban a poder salir de su pueblo*. Ellas sí tienen un poco más esa visión empresarial y ellas venden en el mercado de Tlacolula”.

Los cursos de asistencia técnica y capacitación para muchos pueden jugar un papel positivo en la transformación de las mujeres indígenas “emprendedoras” en empresas. Los cursos enfocados en el desarrollo de habilidades empresariales – gestión, administración, mercadotecnia y otros contenidos- podrían abrir el camino para esa transformación. Para esta visión se trata principalmente de cambiar las actitudes de las mujeres mediante estrategias pedagógicas

Otros, se inclinan por tratar a los grupos de mujeres diferenciadamente según sus capacidades individuales y organizativas. Un grupo que recién se constituye en torno a un proyecto todavía incierto no puede recibir el mismo tratamiento que un grupo que, por ejemplo, ya se ha consolidado en el mercado. Un funcionario retomó el ejemplo de un programa para ilustrar el enfoque: “Entonces, qué es lo que tenemos que hacer. Por ejemplo en la [institución] hay una experiencia muy interesante en donde categorizan a los productores forestales en cuatro categorías, los que apenas están iniciando el aprovechamiento, los que venden madera en rollo, los que ya hacen muebles y los que ya exportan, así como diferentes niveles, que pudiéramos como tener ciertas categorías y ver en una matriz donde ya tengamos estas organizaciones categorizadas, en dónde entro yo, dónde entra él, dónde entra ella, dónde entran los demás, de manera que organizadamente nosotros; porque es el otro problema, hay muchos apoyos, pero no nos organizamos para darlos”. A diferencia de la visión anterior, en este caso el esfuerzo se exige a las instituciones que deben diferenciar sus acciones al mismo tiempo que se coordinan entre ellas.

El tipo de negocios apoyados por los programas

Los apoyos públicos para impulsar emprendimientos productivos cubren un amplio rango de alternativas asociadas con los intereses de las instituciones. Los subsidios pueden destinarse al fortalecimiento de la economía de subsistencia (traspatis), la cría de animales de granja para comercialización (pollos, pavos, conejos), la producción de artesanías (textiles, barro), agricultura de invernaderos, servicios personales (salones de belleza), entre muchos rubros y actividades.

Los negocios de mujeres indígenas son más dependientes de los mercados locales (aunque la investigación permitió conocer casos muy notables de comercialización extra-regional de productos artesanales). Son excepcionales y esporádicas las experiencias de comercialización hacia mercados extra-regionales. La difusión de las tecnologías de información y comunicación es limitada debido a la falta de infraestructura y a los bajos ingresos familiares. El ingreso de muchas de las empresas todavía es insuficiente para afrontar los costos de una computadora o del servicio de Internet. Incluso, algunas oficinas públicas encargadas de atender a las mujeres carecen de esos medios.

El tamaño de los negocios por lo general es chico. A ello contribuyen las restricciones de mercado –todos vuelcan su producción a los mismos mercados locales- y los subsidios otorgados por las instituciones públicas. Los mismos funcionarios/as reconocen que en la mayoría de los casos los subsidios son insuficientes para impulsar el crecimiento de las empresas.

Como lo plantea una funcionaria: “En el caso de los tipos de proyectos, el contexto en particular con mujeres indígenas tiene que ver con su condición social. Es decir, las mujeres carecen de tierra, una de las problemáticas centrales es que no son dueñas de la tierra, tampoco son dueñas de los procesos de producción y desde luego que eso hace una limitante para saber qué tipo de proyecto impulsa. Es decir, *esta condición de ser pobres y no tener acceso a ciertos recursos también limita el tipo de proyectos*”.

En un contexto de pobreza tan acentuado efectivamente es difícil que prospere el espíritu empresario. Es por eso que gran parte de los subsidios otorgado terminan financiando el consumo del hogar y no las necesidades de expansión de los negocios. A ello hay que sumar que en general el monto de los subsidios es bajo como respuesta a la escala de los negocios. Los emprendimientos productivos de las mujeres indígenas para los funcionarios/as no son negocios, se trata de estrategias de generación de ingresos o de auto-empleo pero estrictamente no son empresas. Esto justifica, entre otras cosas, que los emprendimientos de las mujeres continúen siendo tratados con base en los criterios de la política social compensatoria.

Pero, ¿en qué medida el accionar de los programas contribuye a reproducir las condiciones que pretende corregir? Las actividades que se financian, el tamaño de los negocios y los recursos movilizados parecieran contribuir a la reproducción de ciertas barreras. Las mujeres indígenas se incorporan a la actividad productiva extra-doméstica en actividades donde tienen experiencia y destrezas. Así, la segregación socio-productiva encuentra condiciones propicias para reproducirse e incluso con un agravamiento de sus efectos nocivos.

Las mujeres indígenas que están intentando recorrer el camino que las lleve al desarrollo de sus propias empresas se han encontrado con otras muchas mujeres realizando el mismo esfuerzo. En parte esto explica la fuerte competencia entre productoras de bienes similares en mercados locales estrechos: la gran mayoría está siguiendo la misma ruta de salida y se está produciendo una aglomeración en las actividades donde tradicionalmente la mujer ha tenido una alta participación.

En parte esto podría corregirse si se contara con los instrumentos e incentivos para diversificar las rutas de transición para dirigirse hacia actividades menos saturadas. Pero, esto exige un nivel de coordinación que el funcionariado reconoce que no cuentan.

La intermediación

En torno a la operación de los programas de financiamiento de proyectos productivos se ha formado un grupo de “prestadores/as de servicios de intermediación” que incluyen a líderes sociales, organizaciones formalmente constituidas, profesionales independientes, consultores/as y personal del servicio público. Quienes están a cargo de la dirección de los programas sociales son conscientes de que la cooperación de estos agentes resulta muchas veces crucial para la marcha de los programas y para los resultados.

Estos agentes hacen valer un conocimiento del medio social que la burocracia no tiene y que es decisivo para la operación de los programas. Los/as agentes conocen el medio social donde se implementará el programa, tienen acceso a las redes sociales locales y pueden garantizar una demanda para los servicios que se ofrecen desde el gobierno. Estos agentes ordenan y estructuran la demanda de los apoyos públicos.

Los mismos agentes exhiben frente a la sociedad un conocimiento detallado del funcionamiento de las instituciones de gobierno que es fundamental para impulsar un proyecto. Ellos saben con precisión las fechas de apertura de las ventanillas, conocen las exigencias administrativas y, fundamentalmente, conocen los resortes que aseguran la aprobación de los proyectos.

Estos agentes toman ventaja de los cortocircuitos que hay en el flujo de información sobre los programas de gobierno y sobre esta ventaja construyen su poder sobre la marcha de los programas. Estos agentes, aunque en algunos casos pertenecen al propio gobierno, actúan con grandes márgenes de autonomía.

En un programa social en Veracruz, por ejemplo, como la información se ofrecía por Internet se creó la oportunidad para este tipo de agente ocupara un papel fundamental en la circulación de la información y los recursos. Así lo plantea una funcionaria: “Sí, porque nosotros si lo vemos, por ejemplo, la convocatoria la sacamos por el Internet, hace rato decía que no todos tienen acceso a Internet y

además no todos tienen el conocimiento, *o sea, la convocatoria va para los técnicos*. Si bien lo que buscamos es que el dinero no se los demos a los técnicos, sino se los damos a la representante, como una manera de frenar, porque un año se los dimos a los técnicos y después cuando nos enteramos era de que sólo las hicieron firmar y todo el dinero no llegó. Entonces por eso lo cambiamos”.

Las instituciones han tomado distintas medidas para enfrentar este desafío que impone un elevado costo a las empresas. En algunos casos, los programas destinan recursos específicamente dirigidos a pagar los servicios profesionales de estos agentes. También se ha optado por ejercer una mayor supervisión del trabajo de los técnicos buscando que se apeguen a las normas de trabajo.

En otros casos se ha buscado recuperar la interlocución directa con las destinatarias de los proyectos. Como lo reconoce un funcionario de Chiapas: “En mi caso, me ha tocado ver que han llegado líderes de organizaciones a preguntar, porque sí les llama mucho la atención, sobre todo por los montos que maneja. Les llaman mucho la atención y llegan a preguntar información, que ellos ya traen gente que quieren meter al programa. Entonces les digo: ‘Ok, metan su solicitud, éstos son los requisitos, nada más que tiene que venir directamente el representante del grupo a entregar su solicitud y con quien nos vamos a entender va a ser con el representante del grupo. Si el grupo ya quiere entenderse con ustedes, ya es cuestión de ellos, pero nosotros directamente con el grupo”.

En la actuación de estos agentes intermediarios, sin embargo, hay que distinguir dos funciones. La primera tiene que ver con la explotación de un bien –la información sobre programas de gobierno- de dominio público pero que por razones atribuibles a las barreras lingüísticas y a la operación de los programas se convierte en un bien privado. Las quejas más frecuentes se dirigieron a este tipo de agentes por los abusos que cometían.

La segunda es menos trivial. Por un lado, los intermediarios efectivamente prestan un servicio a la comunidad al “traducir” exigencias técnico-administrativas que

escapan muchas veces a la comprensión de, por ejemplo, las personas monolingües. En los grupos focales muchas mujeres se quejaban de los “técnicos”, pero también reconocían que ellos habían sacado sus trámites. Por otro lado, los /as intermediarios y técnicos contribuyen brindando asistencia técnica u otro tipo de asesoramiento.



Conclusiones

La incorporación de la mujer a la esfera productiva plantea demandas y exigencias de diverso tipo a las políticas públicas. El empoderamiento económico de las mujeres altera el orden social y, generalmente, esto desencadena reacciones dirigidas a restablecer el orden por parte de los miembros del grupo social. Las políticas públicas, más allá de los servicios puntuales que presta, deben aliarse con los intereses de las mujeres en su intento por romper con estos esquemas de subordinación. Las empresas dirigidas por mujeres de origen rural e indígenas muchas veces encuentran los obstáculos más difíciles de sortear en el propio medio social de sus comunidades y familias que sancionan lo que perciben como una amenaza para la comunidad. Las políticas públicas de apoyo a las empresas deben orientarse a corregir estos obstáculos teniendo en cuenta el amplio rango de condicionamientos sociales, culturales y económicos que afectan a las empresas dirigidas por mujeres rurales e indígenas.

Coordinación y planeación

Las políticas sociales y de desarrollo podrían contar con una plataforma de acción más sólida si se apoyaran en procesos de planeación abiertos a las demandas de la sociedad. En las sesiones con el personal de gobierno se expusieron algunos ejemplos de este tipo de enfoque con notables resultados en términos de cooperación entre las instancias de gobierno y las empresarias. Se trata de experiencias muy acotadas que, sin embargo, deberían inspirar acciones más decididas en esta dirección. La gestión de los programas públicos está excesivamente concentrada en los procedimientos burocráticos y presta poca atención a los asuntos sustantivos.

Una mejor coordinación institucional contribuiría a elevar el impacto de los programas de fomento de micro y pequeñas empresas. En este esfuerzo deben

participar los distintos niveles de gobierno (coordinación vertical) y las instituciones de un mismo nivel de gobierno (horizontal). Con ello se evitarán duplicidades y, fundamentalmente, se logrará un mejor aprovechamiento del potencial de cada institución.

Una importante demanda de las empresarias requiere que las instancias públicas sean capaces de actuar coordinadamente: el acompañamiento integral de todo el ciclo de desarrollo de los emprendimientos productivos. Las empresarias perciben que las acciones esporádicas y poco articuladas no contribuyen al despegue de las empresas. La coordinación debería ayudar a un mejor seguimiento de los proyectos productivos y fundamentalmente a su consolidación.

Otra demanda asociada con la coordinación institucional invita a distinguir entre las acciones que tienen un carácter eminentemente compensatorio y las que se proponen fortalecer el tejido productivo local. Los programas con vocación social deberían continuar apoyando los proyectos productivos de las mujeres aunque aplicando un enfoque integral en su atención. En este ámbito deberían detectarse los proyectos productivos con un alto potencial para ser transferidos a instancias especializadas en el desarrollo de empresas como las asentadas en las universidades u otros organismos.

Los programas sociales deberían emprender una drástica revisión de sus procedimientos administrativos con el objetivo de reducir los costos de transacción generados por las exigencias burocrático-administrativas. Estos costos constituyen el principal incentivo para la intermediación. La reducción de estos costos limitaría el rango de operación de estos agentes.

Inversión en infraestructura

El estudio ha dejado ver que la integración regional es un importante factor de impulso para las empresas dirigidas por mujeres porque facilita la movilidad, el acceso a los recursos y a los mercados. La integración física del espacio regional debilita el aislamiento geográfico de las comunidades rurales e indígenas y ayuda a

las mujeres a romper con los condicionamientos sociales. La inversión pública en caminos, transporte y telecomunicaciones debe constituirse en una prioridad por su alto impacto en la integración de las economías locales.

El acceso a la computadora, Internet y celulares es todavía muy variable. Las mujeres jóvenes con escolaridad son las que hacen un uso más intensivo de estos recursos y, en algunos casos, con una clara intención productiva. Pero, la mayoría de las mujeres hacen un uso muy limitado. Un condicionante importante es la baja escolaridad de las empresarias; pero también afecta los problemas de infraestructura. La energía eléctrica no llega a algunas comunidades y la cobertura de telefonía celular es muy deficiente en las zonas rurales más dispersas.

El balance entre lo doméstico y lo productivo

La manera en que se resuelven las tensiones entre los espacios productivo y familiar es un determinante del éxito de las empresas. Las empresarias rurales e indígenas están empujando cambios en las relaciones de poder en sus familias y comunidades. En torno a estas transformaciones se gestan nuevas demandas sociales vinculadas con la carga de trabajo que significa la atención de las exigencias de los negocios y de la familia. Todas las mujeres enfrentan estas tensiones y muchas de ellas se ven obligadas a abandonar sus proyectos por no encontrar una solución satisfactoria.

Servicios como seguros de salud, guarderías y jornadas escolares extendidas podrían contribuir a disminuir el peso de la carga doméstica. Estos servicios harían una contribución directa a la marcha de los negocios. En los grupos focales se vertieron muchos ejemplos de cómo las exigencias domésticas repercutían negativamente sobre los negocios.

Las empresarias, sin embargo, son conscientes de que los cambios más importantes deben provenir de una distribución más equitativa de las labores al interior de la familia. En ese sentido se demandó que los hombres fueran objeto de un programa más firme de concienciación desde la perspectiva de género. Las mujeres administran las presiones descargando parte de las responsabilidades

domésticas en las hijas. Las afectaciones a la escolarización de las niñas es un riesgo implícito en esta estrategia.

Capacitación y competencias empresariales

La mayoría de las emprendedoras inició sus negocios sin contar con el respaldo de una experiencia laboral previa en el mercado o en el sector. Para la mayoría, el tránsito desde la esfera doméstica al mundo productivo ha sido directo y sin mediaciones. Este hecho es importante porque la literatura especializada atribuye a este factor –la experiencia- un papel decisivo en el éxito o fracaso de los negocios.

Teniendo en cuenta esas circunstancias, las políticas de fomento de las pequeñas empresas deben ser tolerantes con el fracaso de los emprendimientos dirigidos por mujeres. Esto no puede ocultar la necesidad de brindar a las mujeres un marco adecuado para el aprendizaje de las habilidades y las competencias que requiere la dirección de un negocio.

En los grupos focales se expresaron muchas voces de insatisfacción con respecto a los programas de asistencia técnica. La frecuencia irregular, la calidad dispar y la escasa pertinencia fueron los aspectos más criticados de esos componentes.

Con el objetivo de corregir esta y otras deficiencias en la operación de los programas sería muy oportuna la creación de un sector prestador de servicios a las empresas sociales. Las entrevistas dejaron ver que hay una importante capacidad instalada compuesta por organizaciones de la sociedad civil, profesionales, universidades y otros organismos que de una u otra manera ya se desenvuelven en este campo. Mediante acreditaciones y/o certificaciones estas instancias podrían recibir subsidios para prestar servicios integrales a las empresas sociales.

La profesionalización de este campo contribuiría, por un lado, a elevar la calidad de los servicios profesionales prestados a las empresas y, por otro lado, eliminaría algunos de los incentivos negativos asociados con la intermediación.

Ampliación de mercados

Una empresa puede ser muy exitosa en la producción de un bien o servicio pero si no resuelve la forma de canalizarlo a un mercado difícilmente la empresa subsistirá. La estrechez de los mercados constituye el principal cuello de botella de todos los emprendimientos. Los factores involucrados en esta problemática son múltiples, muchos de los cuales están más allá de la capacidad de control de las empresarias o del gobierno, pero también hay margen para una intervención estratégica.

En los grupos focales se manifestó que los apoyos públicos no reparaban en la viabilidad comercial de los emprendimientos productivos. En gran medida esto es así porque, como se pudo apreciar en las entrevistas con el personal de gobierno, el principal objetivo de los programas es apoyar las actividades productivas y no las comerciales. Una planeación estratégica de los apoyos gubernamentales podría evitar que un gran número de empresas se concentre en la producción de los mismos bienes. En esta tarea las instancias gubernamentales necesariamente deberían apoyarse en organismos especializados.

Las empresas dirigidas por mujeres producen bienes de muy distinto tipo. Una atención particular debería darse a los productos artesanales con alto contenido cultural la mayoría de los cuales son producidos por mujeres indígenas. Estos artículos no están en condiciones de competir en mercados abiertos sin perder el sello de identidad que les da el alto contenido de trabajo artesanal. La viabilidad económica de los textiles tradicionales de Chiapas, las piezas de barro rojo de Oaxaca, la cerámica de Hidalgo y los sombreros de Yucatán, dependen de que se estructuren circuitos comerciales que premien el contenido artesanal de las piezas. Este tipo de intervenciones exigen competencias que las políticas sociales no pueden desplegar. En este, como en otros casos, las instituciones públicas podrían apoyarse en organismos especializados tanto públicos, como sociales o privados.

Financiamiento

Las mujeres rurales e indígenas enfrentan obstáculos estructurales que bloquean el acceso al mercado de crédito. Las condiciones de pobreza hacen imposible que el sector público se desentienda de la asistencia financiera a las micro y pequeñas empresas dirigidas por mujeres del campo e indígenas.

Un objetivo prioritario de las políticas sociales y de desarrollo debería orientarse a la creación de capacidades en este campo. En los grupos focales se hizo evidente que las aportaciones financieras públicas eran muy importantes, pero también se dejó ver que muchas empresas habían desarrollado capacidades para asegurarse el acceso a diversos tipos de crédito. Una aportación importante debe orientarse a desarrollar esas capacidades.

Un correcto manejo de las interrelaciones entre la economía de la empresa y la doméstica está entre las principales preocupaciones de las emprendedoras y el personal de gobierno. Las necesidades domésticas empujan a las mujeres a abrir sus negocios y las mismas necesidades pueden determinar el fracaso de los proyectos. Un esfuerzo importante debe hacerse para estimular la adopción de técnicas contables y otras medidas orientadas a la formalización de las empresas.

Las estrategias de financiamiento de las empresas deberían complementarse con estrategias como el ahorro. El financiamiento vinculado con las estrategias de ahorro de las familias y empresas contribuiría a dar solidez financiera a las empresas.

Redes y capital social

El aislamiento es un aspecto crucial del desarrollo de las empresas sociales porque gran parte del esfuerzo de las emprendedoras tiene que ver con superar este condicionamiento. En los grupos focales las mujeres emprendedoras se sorprendieron al conocer casos similares a los suyos y valoraron muy positivamente a experiencia.

La confianza se cultiva en un ambiente donde los agentes pueden interactuar en forma regular y voluntaria. Las políticas harían una enorme contribución a la cohesión social local si facilitarían los medios para que las empresarias pudieran reunirse frecuentemente. El capital social puede aportar elementos al desarrollo de las empresas que nadie más puede movilizar. La formación de redes sociales debe incluir a otros agentes sociales del medio local y regional y, muy especialmente, debe promoverse la interacción con organismos sociales extra-regionales.

Las empresas sociales necesitan fortalecer sus vínculos con otras empresas con el objetivo de diversificar sus mercados. Una ruta poco explorada por los programas y por las empresas es el fortalecimiento del tejido productivo mediante los encadenamientos productivos. La mayoría de las empresas destinan su producción al consumidor final, provocando, entre otras consecuencias, una saturación de los mercados.



Bibliografía

CONEVAL. (2013). *Resultados de pobreza a nivel nacional y por entidades federativas 2010-2012*. Obtenido de Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo: <http://www.coneval.gob.mx/Paginas/principal.aspx>

Bloor, M., Frankland, J., Thomas, M., & Robson, K. (2001). *Focus Groups in Social Research*. London: SAGE Publications Ltd.

Bandiera, O., & Natraj, A. (2013). Does gender inequality hinder development and economic growth? Evidence and policy implications. *The World Bank Research Observer*, 28, 2-21.

de Oliveira, O. (2007). Reflexiones acerca de las desigualdades sociales y el género. *Estudios Sociológicos*, 25 (75), 805-812.

Faúndez Meléndez, A., & Weinstein Cayuel, M. (2011). *Guía para incorporar enfoque de género en la gestión pública con población indígena*. Ciudad de México: Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas de México (CDI) y ONU Mujeres.

González de la Rocha, M. (2010). Gender and ethnicity in the shaping of differentiated outcomes of Mexico's Progresa- Oportunidades conditional cash transfer programme. En S. Chant (Ed.), *The International Handbook of Gender and Poverty. Concepts, Research, Policy*. Cheltenham, UK: Edward Elgar.

Hall, G., & Patrinos, H. A. (Edits.). (2004). *Indigenous Peoples, Poverty and Human Development in Latin America 1994–2004*. New York: Palgrave Macmillan.

Hughes, K. D. (2003). Pushed or Pulled? Women's Entry into Self-Employment and Small Business Ownership. *Gender, Work and Organization*, 10 (4), 433–454.

INEGI. (2009). *Censo Agropecuario 2007, IX Censo Ejidal*. Aguascalientes, Ags.: Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

INEGI. (2009). *Censo Agropecuario 2007, VIII Censo Agrícola, Ganadero y Forestal*. Aguascalientes, Ags.: Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

INEGI. (2010). *Censo de Población y Vivienda 2010*. Recuperado el 28 de 8 de 2013, de Instituto Nacional de Estadística y Geografía: <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/ccpv/cpv2010/Default.aspx>

INEGI. (2012). *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE). Segundo trimestre*. Recuperado el 28 de 8 de 2013, de Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía: <http://www.inegi.org.mx>

INEGI. (2012). *Encuesta Nacional de Micronegocios, 2012*. Aguascalientes, Ags.: Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

INEGI. (2011). *Micro, pequeña, mediana y gran empresa: estratificación de los establecimientos. Censos Económicos 2009*. Aguascalientes: Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

Kelly, D. J., Brush, C. G., Greene, P. G., & Litovsky, Y. (2012). *Global Entrepreneurship Monitor 2012 Women's Report*. Recuperado el 27 de Agosto de 2013, de Global Entrepreneurship Monitor (GEM): <http://www.gemconsortium.org>

Nussbaum, M. C., & Sen, A. (1996). *La calidad de vida*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.