

de los hombres y de propiedad conjunta, así como menores niveles de educación, razón que explica en parte el menor desempeño de las empresas de mujeres respecto a las demás empresas, toda vez que existe una relación positiva entre desempeño y nivel de educación. La baja rentabilidad del negocio, el acceso al financiamiento son preocupaciones más frecuentes en las MYPEs de mujeres que en las demás empresas.

2.3. Las mujeres y sus formas de organización para la generación de ingreso

Lo que no tienen en cuenta las estadísticas oficiales es por qué las mujeres se sitúan en las capas más precarias del empleo así como también en los niveles de empresa más vulnerables y con menores posibilidades de salir adelante. Sin duda, y como ya se ha venido repitiendo en los apartados anteriores, las dificultades que afrontan las mujeres para poder participar en iniciativas económicas generadoras de ingreso son numerosas, dada su condición y posición de género subordinado y discriminado, en particular cuando éstas se desarrollan fuera del ámbito doméstico y de los límites físicos del hogar.

La mayoría de las mujeres que desean participar en iniciativas generadoras de ingreso son pobres, con escaso nivel educativo, viven en condiciones y contextos socioeconómicos precarios, donde la sobrevivencia es una tarea diaria, tanto para aquellas que viven en áreas rurales como urbanas. Las mujeres han de asegurar en primera instancia el cuidado de los hijos y las hijas así como la realización de las tareas domésticas. Muchas de ellas son mujeres sin pareja¹⁶³, que por tanto tienen a su cargo hijos e hijas, a los cuales sostienen con frecuencia solas, asumiendo la totalidad de la responsabilidad familiar, buscando apoyo en sus redes familiares o comunitarias. También en el caso de aquellas que cuentan con pareja, han de “hacer equilibrios” para compaginar el cuidado de los hijos e hijas pequeños y las tareas domésticas con sus actividades empresariales y productivas. En estos casos, aunque exista aporte económico por parte del esposo o compañero, e incluso cuando éste se involucra en el cuidado de la progenie, las tareas domésticas sigue siendo una carga casi en exclusiva para las mujeres.

En muchos casos son las hijas las que asumen el apoyo a las labores domésticas en los momentos en que las mujeres tienen que salir a capacitaciones, o a atender la actividad productiva. Muchas mujeres tienen también que realizar el esfuerzo de hacer su trabajo productivo, llevando a los hijos e hijas más pequeñas con ellas.

¹⁶³ Se usa este término en preferencia al de jefatura femenina, ya que bajo el opuesto, jefatura masculina se invisibiliza con frecuencia el aporte económico de las mujeres al hogar, por el simple hecho de que hay una pareja masculina en la familia.

A todo esto se une, como ya se indicó, el contexto de desprotección total por parte del Estado y la ausencia de políticas públicas tanto nacionales como locales que promuevan la inserción de las mujeres al mercado laboral en igualdad de oportunidades de género y de clase, o promuevan sus posibilidades de proyección como empresarias. Aún más, las políticas gubernamentales actuales en relación a la microempresa se basan en la “teoría del rebalse”, es decir, tienen como objetivo fortalecer al sector de acumulación y a la pequeña y gran empresa, a partir de la estimación de que con ello éstas se fortalecerán y serán capaces de generar más y mejores empleos, mientras que presta nula atención a la microempresa de subsistencia, a la cual ha abandonado.

En este contexto de precariedad las mujeres se activan en torno a iniciativas empresariales de diverso tipo: individuales, como el caso de mujeres vendedoras de distintos productos, bien de forma ambulante o bien con puestos en sus casas, mercados u otros lugares. Encontramos también iniciativas de tipo familiar, que producen en el ámbito de la familia, aprovechando recursos comunes como el lugar de vivienda. En otros casos las iniciativas son colectivas, y adquieren diferentes formas organizativas que van desde las cooperativas agropecuarias donde normalmente la producción es individual pero se colectiviza la compra de insumos, la asistencia técnica o la comercialización, a las empresas colectivas que llamaremos en este estudio empresas asociativas o EMAs¹⁶⁴, formadas por un número variable de mujeres que realizan conjuntamente todas las fases del negocio: acopio, producción y comercialización. Estas últimas corresponderían a lo que Lazo denomina “*organizaciones económicas populares*” (citado en FUNDE, 2007).

Diversas estrategias han surgido desde las organizaciones del Movimiento de Mujeres para apoyar las formas de organización empresarial, así como para promover la creación de empresas asociativas (GEM, 2007). Para todas éstas, las organizaciones han promovido formas de organización colectiva, como estrategia para fomentar el empoderamiento de las mujeres, es decir, el “poder con”. Sin embargo el tipo de apoyo otorgado ha sido distinto así como lo ha sido el nivel de éxito económico y social de las iniciativas apoyadas, como se analizará más adelante.

3. Metodología

El desarrollo de la presente investigación contempló cinco etapas:

Determinación de las sujetas de estudio.

Tomando como referencia el abordaje de la investigación feminista, las sujetas de este estudio han sido por un lado las organizaciones y asociaciones con trabajo a favor

¹⁶⁴ Término elaborado por RURALTER 2007.

de la generación de ingresos para las mujeres, y grupos de mujeres, así como también las mujeres individuales que han tomado parte en los programas desarrollados. La información, opiniones y reflexiones aportadas por todas ellas han sido complementadas con información proveniente de publicaciones y estudios realizados tanto por las organizaciones entrevistadas como por otras investigadoras.

A partir de la experiencia y el conocimiento colectivo del grupo investigador se seleccionaron doce organizaciones que cumplieran con los siguientes criterios¹⁶⁵:

- ⊙ Ser parte del Movimiento de Mujeres de El Salvador, teniendo como marco la definición de Movimiento de Mujeres señalada en el capítulo de introducción.
- ⊙ Haber impulsado en el periodo analizado estrategias de apoyo a iniciativas que generen ingreso para las mujeres de escasos recursos.

En el cuadro No. 8.7 se presentan, según su ámbito de actuación –nacional o local- y según sus composición –de mujeres o mixtas- las organizaciones seleccionadas¹⁶⁶.

Cuadro No. 8.7. Organizaciones entrevistadas como promotoras

Nombre	SIGLAS	AMBITO
Asociación Comunal Movimiento de Mujeres de Morazán	ACMM	Local- norte de Morazán
Asociación Cooperativa de Aprovisionamiento, Ahorro, Crédito y Consumo de Mujeres del Bajo Lempa "Marta González"	ACAMG	Local- Bajo Lempa
Asociación de Mujeres para la Autodeterminación de la Mujeres Salvadoreñas	AMS	Nacional
Asociación de Mujeres por la Dignidad y la Vida	Las Dignas	Nacional
Asociación de Mujeres Rurales	AMR	Nacional
Asociación Movimiento de Mujeres "Mélida Anaya Montes"	Las Mélidas	Nacional
Colectiva Feminista para el Desarrollo Local -Unión Salvadoreña de Organizaciones Locales de Mujeres.	Colectiva-Unión	Nacional
Instituto de Investigación, Capacitación y Desarrollo de la Mujer	IMU	Nacional
Micro región Económica y Social	MES	Local- Tecoluca
Movimiento Salvadoreño de Mujeres	MSM	Nacional
Organización de Mujeres Salvadoreñas por la Paz	ORMUSA	Nacional
Organización Empresarial Femenina	OEF	Nacional

Fuente: elaboración propia

¹⁶⁵ Ver listado de mujeres entrevistadas en anexo.

¹⁶⁶ Es probable que haya más organismos que pudieran entrar en esta clasificación, pero se optó por trabajar con este grupo, ya suficientemente amplio como se puede comprobar, dado el tiempo, los recursos y a la capacidad de acceso a los mismos.

En el caso particular de la Organización Empresarial Femenina (OEF) y la Microrregión Económica y Social (MES), a pesar de ser organizaciones mixtas, se decidió incluirlas dado el trabajo preferencial que tienen enfocado en las mujeres y la importante participación de mujeres en sus órganos de decisión.

Diseño y validación de instrumentos de recopilación de información.

Se diseñaron los siguientes instrumentos:

- *Guía de entrevista semiestructurada para organizaciones promotoras*, centrado en conocer las estrategias por ellas desarrolladas en estos años, las motivaciones que les han impulsado a ponerlas en marcha, las principales actividades realizadas, los logros y las dificultades enfrentadas, así como los retos que las organizaciones han identificado hasta la fecha de cara a la sostenibilidad de las iniciativas y de su impacto en la vida de las mujeres. En esta entrevista también se solicitó el apoyo para identificar mujeres organizadas localmente, que hubieran tenido relación con los programas desarrollados.
- *Guía de entrevista semiestructurada para mujeres líderes de organizaciones participantes*, enfocada en identificar el tipo de participación desarrollada y las motivaciones que le llevaron a participar, así como los aciertos y desaciertos que como participante identifica en el programa desarrollado y los impactos en su iniciativa y en su vida.
- *Guía de entrevista para microempresarias individuales*, similar a la anterior, pero específica para aquellas mujeres que han participado como productoras o empresarias individuales.
- *Sondeo sobre empoderamiento de las mujeres*¹⁶⁷, sencilla encuesta que pretendió aproximarse a captar algunos cambios en la vida de las mujeres, que indicaron un mayor empoderamiento social y económico de las mismas. Este instrumento se enfocó en sondear los cambios en las mujeres en relación a la autonomía personal (cuidado y valoración personal, acceso a la toma de decisiones, libertad de movimientos, mejorar el descanso y la percepción sobre el tiempo), cambios en los roles de género a nivel de las relaciones de pareja, familia y la comunidad (responsabilidad de los hombres en el trabajo doméstico y el cuidado de hijos e hijas, reconocimiento de la pareja, mejora en la educación de hijos e hijas, participación en trabajo comunitario) y los cambios en el negocio a partir de contar con el apoyo del programa (cambios en el negocio, ventas, ganancias, reinversión).

¹⁶⁷ Esta encuesta-sondeo fue elaborada con base en indicadores recogidos por Fuertes Medina, Patricia; Estudio del impacto de los Bancos Comunes del Movimiento Manuela Ramos en Puno y San Martín, 1997-2003, México 2004.

Entrevistas a representantes de las organizaciones promotoras

Se entrevistaron las representantes de las organizaciones indicadas anteriormente, trece en total. En algunas de estas entrevistas participaron varias responsables de cada organización. Toda la información suministrada fue grabada y posteriormente transcrita.

Recopilación de información documental

En el siguiente cuadro se recogen los documentos encontrados, en algunos casos publicados, por las organizaciones de mujeres entrevistadas. De las trece entrevistadas, sólo cuatro cuentan con documentos de sistematización y reflexión sobre sus experiencias en este tema, las cuales se refieren en el siguiente cuadro.

Entrevistas a las mujeres participantes

A pesar de las dificultades encontradas para poder contactar a las mujeres participantes en algunas de las estrategias, finalmente fueron entrevistadas mujeres líderes relacionadas con todas las organizaciones promotoras. Resulta necesario mencionar que todas ellas son mujeres “en activo”, es decir, desarrollan actividades económicas ya sea individuales, o colectivas. Es necesario resaltar que más de uno de los grupos locales entrevistados son apoyados por más de una organización promotora. Este es el caso de la Asociación Comunal para el Desarrollo de la Mujer Rural (ADEMUR) que es apoyado por el Instituto de Investigación, Capacitación y Desarrollo de la Mujer (IMU); la Asociación de Mujeres Campesinas 28 de Mayo (AMCAPIC) apoyado por la Asociación de Mujeres Rurales (AMR) y también las iniciativas de la MES que parten de la estrategia de la propia organización promotora. Todas éstas además forman parte de la Unión de Mujeres y por tanto de la Red de Comercialización que promueve la Colectiva Feminista para el Desarrollo Local. El grupo de mujeres “La Providencia” de San Rafael Cedros formó parte anteriormente de los grupos de crédito de Las Mélicas y ahora es apoyado por la Fundación Bálsamo.

Inicialmente se pensaba realizar entrevistas individuales sin embargo, una vez tenido en cuenta la cantidad de entrevistas a realizar para contar con información y opiniones suficientes sobre el impacto de cada una de las estrategias analizadas, teniendo en cuenta además las diferentes percepciones de las mujeres en función de su nivel de participación, se decidió realizar entrevistas grupales con formato de grupo focal, con grupos de mujeres que hubieran sido beneficiarias de los programas de la misma organización –integrantes de un mismo comité de créditos, banco comunal o empresas asociativas-. Solo en el caso de Asociación de Mujeres de Chalchuapa por la Equidad de Género (ASMUCHEG) se realizó la entrevista individual ya que no fue posible convocar a otras mujeres.

En la siguiente tabla se detalla el número de mujeres que participaron en las entrevistas, haciendo relación tanto a la organización promotora como a la organización

de pertenencia de las mujeres. Como se puede apreciar fueron finalmente un total de 77 las mujeres productoras o microempresarias entrevistadas en el transcurso de la investigación. Éstas, unidas a las 13 anteriores (una de ellas contó con la participación de dos mujeres) hacen un total de 90 mujeres entrevistadas para el presente trabajo. (Ver cuadro No. 8.8.)

Cuadro No. 8.8. Entrevistas, grupos focales y sondeos realizados a las mujeres participantes

Organización promotora	Organización local apoyada	N° Entrevistadas	N° Encuestas
ACAMG	Socias de la cooperativa	2	2
Las Dignas	Grupo pre cooperativo de Berlín	3	3
AMR	Representantes de grupos de San Julián, Ciudad Arce y Santa Tecla.	4	6
AMS	Mujeres de Concepción Batres, Usulután	4	4
Bálsamo	Grupo de Mujeres "La Providencia" de San Rafael Cedros, Cuscatlán.	3	3
Las Mélicas	Ex Grupo de crédito de Santa Tecla,	6	6
	Grupo de crédito Com. Cristo Redentor, Ayutuxtepeque	5	5
Colectiva-Unión	Asociación de mujeres campesinas 28 de mayo, Cantón Las Piedritas AMCAPIC	3	3
	Asociación de Mujeres de Santo Tomás ASMUSAT	4	6
	Asoc. De Mujeres La Esperanza Tejutepeque	3	3
IMU	Asociación para el Desarrollo de la Mujer ADEMUR	3	6
	Asociación de Desarrollo Comunal de Mujeres Activas por la Igualdad de Género ADMAIG	5	5
	Asociación de Mujeres Chalchuapanecas por la equidad de género ASMUCHEG	1	1
ACMM	Mujeres de Corola	2	3
	Mujeres de San Fernando	2	4
MES	Frutilempa	1	3
	Los Llanitos	1	2
	Lempartesaniás		4
	Coordinadoras	3	
MSM	Grupo de mujeres emprendedoras, cantón Lagartos, San Julián	4	4
	Grupo de mujeres, cantón Petaca, San Julián	7	7
OEF	Banco Comunal de El Paisnal	4	4
ORMUSA	Colectiva de Mujeres Nueva Esperanza	5	5
	Comunidad Fraternidad de Armenia	2	0
	TOTAL ENCUESTAS	77	89

Fuente: elaboración propia.

En relación a los sondeos de empoderamiento, existió la limitación metodológica importante, como es contar previamente con una línea base para poder medir el impacto posteriormente. Sin embargo, el sondeo planteó que las mujeres contestaran a las preguntas en función de si pensaban que su situación había cambiado en alguno de los aspectos indicados o no.

Una vez realizada la entrevista grupal, las mujeres fueron encuestadas una a una a partir del instrumento de sondeo sobre empoderamiento, haciendo en este caso un total de 89 mujeres encuestadas.

Toda la información recogida fue sistematizada y estructurada con el objetivo de poder comparar por un lado la opinión de las organizaciones con las de las mujeres, y por otro poder analizar comparativamente los diferentes componentes de cada una de las estrategias implementadas, las metodologías desarrolladas, los aspectos comunes y las diferencias significativas entre ellas, así como las valoraciones de unas y otras en relación a los impactos alcanzados.

4. Las estrategias emprendidas

4.1. Las organizaciones, sus motivaciones y sus estrategias actuales

Esta investigación ha intentado recoger las estrategias impulsadas por las organizaciones en los últimos diez años, con un énfasis principal de análisis centrado en lo que están haciendo actualmente, dado que sólo cuatro de las organizaciones estudiadas proveyeron sistematizaciones en relación a sus experiencias anteriores y la dificultad de contactar a las mujeres que participaron en dichos procesos.

4.1.1 Las organizaciones promotoras y sus motivaciones

En relación a las organizaciones promotoras de iniciativas económicas, podemos clasificarlas en función de diferentes aspectos. En primer lugar encontramos que el interés de impulsar este tipo de procesos parte tanto de organizaciones de carácter nacional, casi todas ellas feministas¹⁶⁸ o de mujeres, excepto la OEF, como de organizaciones de ámbito local que nacen a partir de procesos de organización comunitaria, unas veces específicos de las mujeres y en otros casos mixtos. Se comprueba de esta manera que casi todas las organizaciones feministas que hay en El Salvador han incursionado de alguna u otra manera en este campo.

Entre las organizaciones de mujeres que no se declaran feministas encontramos la AMR, de carácter nacional y trabajo específico con mujeres rurales. A nivel territorial, se

¹⁶⁸ La inclusión como feministas o no depende de la definición que asume la organización en cada caso, y no es un criterio propio de las autoras.

ha incluido como feminista la Asociación Comunitaria de Mujeres de Morazán (ACMM), y como organización local de mujeres a la Asociación Cooperativa Marta González. En el ámbito local se ha analizado una organización local mixta, la MES.

Cuadro No. 8.9. Clasificación de las organizaciones según su tipo y su vinculación territorial

Según origen y ámbito de actuación	De mujeres y feministas	De mujeres	Mixtas
Organizaciones de carácter nacional que se relacionan con lo local	Las Dignas, Las Mélidas, La Colectiva Feminista, ORMUSA, AMS, MSM	AMR	OEF
Organizaciones territoriales	ACMM	Coop. Marta González	MES

Fuente: elaboración propia.

Entre las organizaciones estudiadas, la mayoría de ellas señalaron entre sus motivaciones aspectos que tienen que ver con el empoderamiento de las mujeres, combinando el apoyo a las necesidades prácticas y los intereses estratégicos de género (ver cuadro No. 9). De todas ellas, son dos, la OEF como organización nacional mixta y la Asociación Cooperativa de Aprovisionamiento, Ahorro, Crédito y Consumo (ACAMG) como organización territorial de mujeres, las que se enfocan prioritariamente en la solución de necesidades prácticas, ambas a partir del otorgamiento de créditos. En el caso de la OEF, su directora Dinora Méndez comentó que *“si los problemas prácticos de las mujeres no están resueltos, entonces eso es un freno, una retranca, entonces nosotros sentimos que la parte política viene después”*. Como veremos posteriormente estas dos organizaciones son también las que trabajan en menor medida la capacitación en género y derechos de las mujeres o la promoción de la organización femenina.

Cuadro No. 8.10. Objetivos principales mencionados por las organizaciones que justifican su trabajo en este tema

ORGANISMO	MOTIVACIÓN DE PARTIDA
ACAMG	Apoyar a las mujeres rurales sin empleo tras el fin de la guerra. Facilitar oportunidades económicas para las mujeres que contribuyan a la economía familiar y el desarrollo comunitario.
ACMM	Promover la autonomía de las mujeres como medio para prevenir la violencia de género.
AMR	Contribuir a la seguridad alimentaria, organización y empoderamiento de las mujeres.

ORGANISMO	MOTIVACIÓN DE PARTIDA
AMS	Mejorar la condición y posición de vida de las mujeres.
Colectiva Feminista para el Desarrollo Local-Unión de Mujeres	Promover la autonomía económica de las mujeres y su empoderamiento, fortaleciendo la organización de las mujeres.
IMU	Empoderamiento de las mujeres rurales Microcréditos como un medio para la organización de las mujeres.
LAS DIGNAS	Lograr autonomía y poder económico para las mujeres, a través de alternativas para las mujeres organizadas. Evidenciar ante la sociedad las capacidades que las mujeres tienen para desarrollar oficios tradicionalmente masculinos.
MAM	Transformación de la condición y posición social de las mujeres en todos los ámbitos. Favorecer procesos de empoderamiento en las mujeres usuarias de créditos.
MES	Generación de recursos económicos para las mujeres, modificar los roles tradicionales y promover que las mujeres salieran de la casa, adquirir nuevas capacidades y acceder a la toma de decisiones.
MSM	Promover el liderazgo de las mujeres y su autonomía económica
OEF	Resolver la necesidad del crédito, para contribuir al desarrollo de las comunidades.
ORMUSA	Creación de alternativas económicas para las mujeres en el marco de la posguerra. Promover la igualdad, la equidad de género y el empoderamiento económico, social y político de las mujeres.

Fuente: elaboración propia.

El resto de las organizaciones, tanto las feministas como las que no se declaran de esta manera, señalaron de alguna manera que su punto de partida es promover la autonomía económica de las mujeres y su empoderamiento, como forma de transformar las relaciones de discriminación que determina la sociedad patriarcal. Esto ocurre también en el caso de la MES, que aunque organización mixta, tiene una visión clara de la necesidad de *“que las mujeres tengan un ingreso, salgan del ámbito doméstico y accedan a los puestos de decisión”* según su presidenta Lilian Contreras. En este sentido estarían apuntando a contribuir tanto a la resolución de una necesidad práctica, que es la obtención de un ingreso para mejorar sus condiciones de vida, como para incentivar intereses estratégicos relacionados con la salida al mundo público, la autonomía personal, o el acceso a los puestos de toma de decisión.

Sin embargo, han sido varias organizaciones las que reconocen que en el pasado, otorgaron realmente más peso al interés estratégico de la organización y la promoción de una conciencia de género en las mujeres, que a la solución verdadera de la necesidad

práctica de obtención del ingreso; es decir, el apoyo a la generación de autonomía económica de las mujeres se realizaba como medio para promover la organización de las mujeres (apoyando a la empresa como medio para organizar), lo que determinaba que se priorizaba la estrategia organizativa por encima de la viabilidad económica de la empresa, la que finalmente fracasaba.

Las Dignas reconocen este desbalance en los proyectos productivos que impulsaron en la década de los 90: *“todo ello puede ser reflejo de que, en la práctica, no valoramos la lucha por la sobrevivencia como un posible eje de concientización y acción feminista.”* (1993:11). En el caso de los proyectos promovidos por el IMU entre 1995 y 1996, Bucher (1996) señala que contribuyeron a mejorar su posición social pero no mejoraron la condición de vida de las mujeres *“porque no respondió a sus necesidades prácticas”*.

Como señala Yaneth Urquilla de Ormusa, *“para nosotras lo fundamental es la parte organizativa y los cambios que se puedan hacer en relación a la vida de las mujeres, ...pero para las mujeres pueden ser estratégicas, porque para ellas tiene que ver con la sobrevivencia”*.

En relación al tipo de estrategias promovidas

Según el énfasis que las organizaciones analizadas destacan en su trabajo actual, y los principales componentes de la estrategia identificados en el transcurso de esta investigación se puede apreciar que la mayoría de las organizaciones han ido variando sus estrategias en el tiempo, en función de los aprendizajes; en la mayoría de los casos el cambio de estrategia estuvo motivado por los escasos resultados evidenciados en términos de generación de ingresos para las mujeres y sostenibilidad de las iniciativas empresariales (Ver cuadro No. 8.11.).

Cuadro No. 8.11. Clasificación de las organizaciones según los énfasis de sus estrategias actuales

ENFASIS	ORGANIZACIÓN	PRINCIPALES COMPONENTES
Programas de créditos: Individuales con metodología colectiva.	ACAMG: asociadas	Créditos. Capacitaciones en manejo del crédito y gestión empresarial. Capacitaciones en género y derechos de las mujeres.
	Las Dignas	Alfabetización económica – abordaje del contexto económico nacional y global de las mujeres-. Organización de grupos precooperativos para fundar una cooperativa de ahorro y crédito.
	MAM: Grupos solidarios	Créditos. Capacitaciones en manejo del crédito, gestión empresarial. Apoyo externo para capacitaciones en género, educación sexual.
	OEF: Bancos Comunales	Créditos con garantía. Capacitaciones en manejo del crédito. Eventualmente algunas capacitaciones en autoestima y género.
Fondos de capital no retornables a la institución.	IMU	Fondos de capital a los grupos para inversiones asociativas o créditos al interior del grupo. Fortalecimiento asociativo. Capacitaciones en género y derechos. Capacitaciones en economía solidaria.
Apoyo a iniciativas productivas de autoconsumo	AMR	Fortalecimiento asociativo. Capacitaciones técnicas. Asesoría técnica. Capacitaciones en derechos y liderazgo.

ENFASIS	ORGANIZACIÓN	PRINCIPALES COMPONENTES
Apoyo a iniciativas económicas generadoras de ingreso de producción (primaria y transformación)	ACMM (productoras individuales)	Donación de insumos agrícolas. Asesoría técnica a la producción. Fortalecimiento organizativo. Capacitaciones en género y derechos.
	AMS (productoras individuales asociadas en redes)	Créditos individuales y créditos solidarios. Asesoría técnica. Promueven las redes de productoras para compra de insumos y comercialización. Fortalecimiento asociativo. Capacitaciones en género y derechos.
	MES (empresas asociativas y productoras individuales)	Donación de inversiones en equipo y materiales. Capacitaciones empresariales. Capacitaciones en género y liderazgo. Sensibilización a los hombres. Articulación al sistema de apoyo empresarial.
	MSM (empresas asociativas)	Donación de equipamiento e insumos. Asistencia técnica. Fortalecimiento organizativo. Capacitación en derechos y género.
	ORMUSA (empresas asociativas)	Asesoría técnica. Capacitaciones empresariales. Capacitaciones en género y derechos. Articulación al sistema de apoyo empresarial.
Redes	Colectiva Feminista para el Desarrollo Local- Unión de Mujeres: Red de comercialización.	Alfabetización matemática. Capacitaciones empresariales. Seguimiento al proceso de ordenamiento y registro de las iniciativas económicas. Capacitaciones en género, derechos de las mujeres y liderazgo. Diseño y mejora de la calidad de los productos. Articulación al sistema de apoyo empresarial. Comercialización.
	MAM, : Redes de acopio y de productoras	Acopio de materias primas. Capacitaciones técnicas a grupos de productoras.

práctica de obtención del ingreso; es decir, el apoyo a la generación de autonomía económica de las mujeres se realizaba como medio para promover la organización de las mujeres (apoyando a la empresa como medio para organizar), lo que determinaba que se priorizaba la estrategia organizativa por encima de la viabilidad económica de la empresa, la que finalmente fracasaba.

Las Dignas reconocen este desbalance en los proyectos productivos que impulsaron en la década de los 90: *“todo ello puede ser reflejo de que, en la práctica, no valoramos la lucha por la sobrevivencia como un posible eje de concientización y acción feminista.”* (1993:11). En el caso de los proyectos promovidos por el IMU entre 1995 y 1996, Bucher (1996) señala que contribuyeron a mejorar su posición social pero no mejoraron la condición de vida de las mujeres *“porque no respondió a sus necesidades prácticas”*.

Como señala Yaneth Urquilla de Ormusa, *“para nosotras lo fundamental es la parte organizativa y los cambios que se puedan hacer en relación a la vida de las mujeres, ...pero para las mujeres pueden ser estratégicas, porque para ellas tiene que ver con la sobrevivencia”*.

En relación al tipo de estrategias promovidas

Según el énfasis que las organizaciones analizadas destacan en su trabajo actual, y los principales componentes de la estrategia identificados en el transcurso de esta investigación se puede apreciar que la mayoría de las organizaciones han ido variando sus estrategias en el tiempo, en función de los aprendizajes; en la mayoría de los casos el cambio de estrategia estuvo motivado por los escasos resultados evidenciados en términos de generación de ingresos para las mujeres y sostenibilidad de las iniciativas empresariales (Ver cuadro No. 8.11.).

ENFASIS	ORGANIZACIÓN	PRINCIPALES COMPONENTES
Incidencia Política	Ambito nacional: MAM, AMR, Las Dignas, ORMUSA, IMU, Colectiva	FOGAMUJER. Participación en JD de FOSOFAMILIA. Plataforma de Mujeres Rurales. Plataforma Derechos Económicos y Laborales de las Mujeres 2006.
	Ambito local: Colectiva, ORMUSA, AMS, MES, MSM	Festivales de iniciativas económicas de las mujeres Ferias locales. Plataformas locales de demanda para apoyo a las iniciativas económicas. Incidencia en los gobiernos locales para generar espacios de venta y obtener terrenos o locales.

Fuente: elaboración propia

La mayoría de las organizaciones presentan algunas premisas y componentes comunes planteadas para la participación de las mujeres.

4.1.2. Premisas comunes a las estrategias analizadas

La organización colectiva como base para la participación

La primera condición para participar en cualquiera de estas estrategias, es que las mujeres se organicen o asocien de alguna manera y formen grupos: grupos solidarios o bancos comunales para obtener créditos, empresas asociativas para obtener apoyos en materiales, equipamiento o asistencia técnica, cooperativas para acceder a fondos semilla, asistencia técnica o comercialización, asociaciones de mujeres para ser beneficiarias de proyectos agropecuarios, o en el caso de las Red de Comercialización que formen parte de una articulación más amplia de organizaciones locales de mujeres, o bien que se agrupen en torno a especificidades productivas como es el caso de las redes de productoras. En el caso de asociaciones territoriales o comunales como ACMM o la MES, apoyan a mujeres que forman parte de las comunidades donde estas organizaciones trabajan.

El beneficio material directo de este apoyo suministrado por las organizaciones puede ser individual o de forma colectiva; en el primer caso se encuentran muchas iniciativas relacionadas con la producción agropecuaria, -las beneficiarias de ovejas de ADEMUR o de ganado de la MES, productoras de parcelas de flores de ACMM donde las mujeres producen de forma individual y comercializan a veces en conjunto-

El beneficio también es individual en el caso de los créditos de Las Méridas, OEF o de la Cooperativa Marta González o los créditos agropecuarios de AMS.

En otros casos, el beneficio se recibe de forma colectiva, como los apoyos que las organizaciones dan a las empresas asociativas o a los grupos que quieren poner en marcha una iniciativa económica, como en el caso de la Colectiva-Unión, AMS o MSM; los fondos de capital semilla del IMU, promueve el beneficio económico del grupo, al cual se dona el capital, y el de sus integrantes a las cuales se otorgan créditos individuales a partir del capital donado.

De esta manera, a partir de la premisa básica de la organización, este tipo de iniciativas podrían entrar en el sector de economía social o solidaria, por cuanto promueven el trabajo en grupo, el aprendizaje y la solidaridad colectivas, no sólo dentro del propio grupo, sino en algunos casos se proyecta al entorno comunitario o a otros grupos homólogos, particularmente en el caso de las redes.

En cuanto a la promoción de la conciencia de género, en el caso de la OEF¹⁶⁹ los bancos comunales no tienen una especificidad femenina, mientras que en el resto de las organizaciones el formar espacios exclusivamente femeninos es un objetivo en sí mismo.

Como ya se señaló anteriormente, la organización de las mujeres en espacios específicos es vista como un medio clave para contribuir a su empoderamiento social y económico. Así, para aquellas organizaciones de mujeres que tienen como objetivo la autonomía económica y el empoderamiento de las mujeres, la promoción de espacios de mujeres y el trabajo colectivo resultan claves para que las mujeres puedan contar con espacios propios, se encuentren con otras y puedan compartir y reflexionar conjuntamente sobre sus problemas y en particular sobre su condición y posición de género.

Desde el punto de vista de la cooperación al desarrollo, fuente de financiación de todos estos programas, el apoyo a la organización colectiva es concebida como una estrategia de ampliación y multiplicación de impactos, y se convierte en una exigencia a la hora de financiar programas y proyectos; por esta razón, además de promover la organización de las mujeres, las metodologías colectivas tienen otras motivaciones, que varían en función del enfoque de los programas.

En los programas de crédito tiene que ver con garantizar el cobro de los créditos, cuando las prestatarias son mujeres de escasos recursos y que no cuentan con garantías hipotecarias. En los proyectos productivos se trata de poder acceder colectivamente a capitales semilla que faciliten los medios de producción, que las mujeres no poseen.

¹⁶⁹ En este caso, a pesar de ello el 85% de las participantes son mujeres, dado que según OEF son las que más solicitan los créditos.

Además, en las empresas asociativas se trata de complementar capacidades entre las integrantes, en grupos donde los niveles educativos y las habilidades empresariales son muy bajas.

La mayoría de las participantes entrevistadas destacaron la importancia del conocimiento previo de todas las integrantes del grupo y el compromiso de trabajar juntas, de tal manera que existan bases para promover la asunción colectiva de responsabilidades.

Este aspecto fue común en el caso de los créditos grupales y los bancos comunales, donde se refuerza la importancia organizativa previa de la comunidad.

Para aquellas empresas asociativas que surgen en el seno de organizaciones de mujeres, la fortaleza organizativa previa es básica para que la iniciativa camine, como señala Marielos Romualdo del IMU *"Lo que tenemos claro donde la estructura es más fuerte, la iniciativa está fluyendo mejor. Estamos claras que si el proceso de la asociación no funciona, no va funcionar la iniciativa porque es un esfuerzo colectivo"*.

En la actualidad, todas las organizaciones de mujeres entrevistadas articulan el apoyo a la iniciativa económica con el trabajo que desarrollan otras áreas de la organización promotora, de tal manera que combinen el fortalecimiento empresarial con el fortalecimiento asociativo, comunitario o individual. La mayoría de las organizaciones feministas nacionales que apoyan proyectos productivos, lo hacen generalmente a partir de la ayuda a la asociación de mujeres, desde la cual surge la iniciativa económica. Igual sucede con las organizaciones territoriales de mujeres, que combinan el apoyo al fortalecimiento de los comités comunitarios de mujeres con la promoción del proyecto económico. De esta manera, las organizaciones promotoras reconocen que, en buena medida, las mujeres organizadas en las iniciativas constituyen después parte de la base organizativa para las organizaciones promotoras a la hora de convocar marchas y otros eventos de carácter nacional, donde se pretende una participación femenina masiva para respaldar actividades de incidencia política.

Tipo de iniciativas que se apoyan

En el desarrollo de la investigación no se encontraron organizaciones que apoyaran directamente el desarrollo de aquellas iniciativas de mujeres enfocadas únicamente en la comercialización de productos elaborados por otras empresas, sino a aquellas que son productoras, como por ejemplo las mujeres que comercializan productos chinos, juguetes, textiles o similares. El tipo de apoyo a estas mujeres comerciantes es a través de crédito, pero sus actividades empresariales como tales, no reciben ningún apoyo al no ser productoras.

La experiencia indica que en la actualidad, normalmente las organizaciones apoyan las iniciativas económicas que las mujeres han decidido poner en marcha, es decir, la selección de la iniciativa a desarrollar parte de lo que quieren hacer las mujeres o de las habilidades que ellas mismas detectan en el grupo o en la comunidad. De hecho MAM destaca que varios de los proyectos productivos colectivos emprendidos en los 90' fracasaron porque trataron de promover iniciativas productivas que no eran cercanas a las mujeres, como por ejemplo la producción de cerdos con mujeres que nunca habían desarrollado este tipo de actividad. Esto explica que la mayoría de las mujeres realizan actividades tradicionales, en la mayoría de los casos extensión de sus tareas reproductivas.

Las beneficiarias de crédito, cuando son productoras, también realizan actividades tradicionales, extensión de sus actividades femeninas como comedores, tortillerías, panaderías o salones de belleza, mientras que las comerciantes se dedican a la venta ambulante o con puesto fijo, muchas veces dentro de la propia casa. Lógicamente en este caso, que las mujeres desarrollen actividades tradicionales que conocen bien, facilita tanto a la organización como a la prestataria que el crédito sea pagado, es decir, disminuye el riesgo crediticio.

Las empresas asociativas se dedican sobre todo a la transformación (elaboración de dulces, medicina natural) o a la producción de artesanía, también típicamente femenina, que elaboran en el local de la asociación o bien de forma individual en sus casas, aunque la comercialización sea después colectiva (ejemplo la ASMUSAT en la elaboración de textiles).

En el ámbito agropecuario, usualmente se trata de actividades productivas tradicionales como los cultivos, la crianza de aves de corral o los patios caseros; aunque algunas organizaciones han promovido la incorporación de las mujeres en actividades tradicionalmente masculinas. En este caso la MES o ACAMG han fomentado el acceso de las mujeres a la crianza de ganado vacuno, actividad que supone su paso no sólo a una actividad no tradicional, sino que incentiva su salida del hogar para llevar a pastar los animales o realizar actividades de compra-venta. La MSM también ha apoyado empresas asociativas de mujeres que producen tilapia y camarón, a partir del interés de la organización de promover iniciativas que incentiven la salida de las mujeres del ámbito doméstico.

Estas actividades que requieren mayor tecnificación, promueven el acceso de las mujeres al aprendizaje y manejo de tecnologías mejoradas.

Un aspecto que resulta clave y común a varias organizaciones es que los programas promuevan la conciencia de género en las mujeres, para evitar que el control final sobre

los excedentes generados por la producción sea efectivamente de su propiedad y puedan administrarlo autónomamente.

Un caso a resaltar es un proyecto novedoso impulsado por Las Dignas entre los años 1991 y 1995, enfocado a la promoción y capacitación de más de 100 mujeres en oficios no tradicionales. El objetivo del mismo fue situar el énfasis en el cuestionamiento de la división sexual del trabajo, y visibilizar a las mujeres como capaces de incursionar en trabajos tradicionalmente asignados a los hombres. Posteriormente promovieron la organización de éstas mujeres en torno a dos microempresas: un taller de mecánica automotriz y una carpintería, ninguna de las cuales funciona en la actualidad.

La valoración de la organización sobre esta experiencia es que las dificultades enfrentadas no derivaron de que las mujeres no se vieran a sí mismas en oficios tradicionalmente masculinos, sino básicamente en la rigidez del sistema social de género que no se puede cambiar a partir de esfuerzos aislados y parciales, sino que han de considerar la importancia de la capacitación integral, sistemática y sostenida de las mujeres como empresarias o trabajadoras, y las preparen y apoyen de forma sistemática en los procesos de búsqueda de empleo.

Lo que si vale la pena reseñar en este tema, es que parece que hay una tendencia y un esfuerzo mayor desde las promotoras, para que las mujeres participen con intensidad en las diferentes fases del proyecto, desde el momento en el que se gesta la idea misma, frente a "proyectos desde el despacho" elaborados en el pasado. Sin embargo esto no asegura el éxito económico de la empresa en términos de rentabilidad económica y de acceso al mercado. Por ello, se evidencia que en numerosos proyectos, a pesar de que las actividades productivas eran tradicionales y existían habilidades en las mujeres, la ausencia de estudios previos de factibilidad económica y de mercadeo, que permitan pensar de forma realista en que la iniciativa será rentable y generará empleo y remuneración adecuadas para las mujeres participantes, se identifica como un factor determinante que abona al fracaso económico de las iniciativas.

A pesar de ser una lección aprendida, todavía hoy son escasas las organizaciones –solo la MES, MSM y la Colectiva- que indicaron que exigen estudios de factibilidad o de mercado antes para determinar que iniciativas apoyar; mientras que por ejemplo todos los programas de crédito analizados no cuestionan que tipo de iniciativas económicas van a desarrollar las beneficiarias ni que indagaciones previas han realizado al respecto. Este aspecto es clave para comenzar una iniciativa enfocada a la generación de ingreso con el objetivo de no invertir energías, autoestima, recursos e ilusión de las mujeres en proyectos con escasas posibilidades de remunerar adecuadamente sus esfuerzos.

Bucher (1996) señaló como una debilidad en todos los programas de crédito analizados en ese entonces, tanto de mujeres como mixtos, la ausencia de diagnósticos

holísticos de las comunidades y el entorno, previos a la puesta en marcha de los programas. En la actualidad, en el ámbito de la factibilidad social de estos proyectos, tampoco se ha detectado que las organizaciones realicen usualmente estudios y diagnósticos previos con enfoque de género. Una excepción la constituye la MES quien elabora diagnósticos previamente al diseño de sus empresas asociativas, donde se entrevistaron más de 300 mujeres de las comunidades para ver su interés, posibilidades y condiciones de participar en estos proyectos.

Entre las demás, sólo el MSM apuntó que solicita cartas de respaldo al proyecto por parte de las ADESCOS. Analizar el entorno social tiene que ver con determinar si las mujeres van a poder participar en el proyecto en la medida y con la calidad que este lo requiere, dada su condición de vida, su posición en las estructuras comunitarias, su visibilidad y valoración social y cual es la percepción y la opinión de la comunidad respecto al proyecto a implementar. Conocer esto es sin duda de gran importancia para diseñar adecuadamente estrategias adecuadas enfocadas a promover conciencia social a favor de los cambios en las relaciones de género.

Por último cabe destacar que las iniciativas nacen poco articuladas con el entorno local y los procesos de desarrollo económico territorial en marcha¹⁷⁰. Algunas organizaciones como MSM, la Colectiva y AMS indicaron realizar indagaciones previas sobre las potencialidades del territorio, aunque normalmente se reducen a estimar la existencia de recursos naturales y humanos en la zona (materias primas, habilidades, etc.)

Los criterios de selección y la capacidad emprendedora de las mujeres

En países como El Salvador, donde las oportunidades de un empleo justo son prácticamente inexistentes para las mujeres pobres, el autoempleo se plantea para muchas como la única posibilidad para obtener ingresos. En el marco de los procesos de globalización y de la reducción del tamaño de los Estados, el autoempleo supone también una estrategia para liberar a éstos de la responsabilidad de proveer empleos dignos a la población. De esta manera más de la mitad de las mujeres microempresarias encuestadas por CONAMYPE comenzó su actividad “por falta de oportunidades”, razón indicada en mucha menor medida por los hombres.

De esta manera, la mayoría de las organizaciones promotoras han incursionado en estrategias para apoyar la generación de ingreso para las mujeres, asumiendo en la práctica que todas las mujeres pobres tienen aptitudes, capacidades básicas e interés para ser empresarias, o que estas capacidades son fácilmente generables,

¹⁷⁰ En este sentido son todavía incipientes los procesos en marcha para promover el desarrollo económico local en El Salvador, entre los que se puede mencionar San Vicente Productivo o Los Nonualcos, en la región paracentral del país.

puesto que todas las organizaciones apoyan tanto a mujeres que ya han demostrado cierta capacidad empresarial, como a aquellas que dicen querer hacerlo. En la práctica, la capacidad empresarial, la capacidad de apuesta personal –aunque sólo sea en términos de tiempo o esfuerzo- se demuestra como un factor también clave para que las iniciativas avancen, pero que sin embargo no todas las mujeres evidencian.

Se define para este caso la capacidad emprendedora como el interés, las posibilidades y las condiciones mínimas que una mujer, tiene para poder desarrollar una empresa, ya sea individual o colectivamente. Esto quiere decir, que para involucrarse activamente en el desarrollo de todas las fases de una iniciativa enfocada a la generación de ingreso, las mujeres no sólo tienen que tener necesidad, sino además el interés de formar parte, posibilidades de hacerlo y habilidades mínimas para trabajar en ella. En el cuadro siguiente se indican algunos criterios que pudieran servir para identificar la capacidad emprendedora en las mujeres candidatas a participar en este tipo de iniciativas.

Cuadro No. 8.12. Aspectos a tener en cuenta en cuanto a la capacidad emprendedora

Capacidad emprendedora	Criterios
Interés en tener o formar parte de una iniciativa de generación de ingreso	Tener “ganas” de formar parte de una empresa y querer involucrarse en todas las actividades del negocio: compras, producción, comercialización, administración... Autoconfianza y autovaloración mínimas. Disposición a arriesgar algo.
Posibilidades de participar en la medida en que la iniciativa lo demanda (de partida, obviamente generarán	Necesidades básicas mínimas cubiertas para poder dedicar tiempo y esfuerzo a la iniciativa. Entorno familiar que no lo obstaculice, una pareja que acepte el cambio. Tiempo disponible para invertir en la iniciativa. Mínimos recursos propios: como capital de trabajo, cubrir transporte, alimentación.
Habilidades mínimas (estas se pueden complementar en las empresas asociativas)	Saber leer y escribir. Matemáticas básicas Capacidad negociadora Capacidad para planificar y evaluar

Fuente: elaboración propia

Dadas las condiciones de vida que enfrentan las mujeres apoyadas por estos programas, la capacidad emprendedora es siempre limitada, sobre todo en cuanto a las posibilidades de las mujeres para arriesgar el escaso capital o tiempo con el que cuentan, dada su reclusión al ámbito doméstico, la recarga de trabajo, la discriminación que sufren fuera y dentro del hogar y la ausencia de apoyo institucional. Cuando cuentan con capital o tiempo, su condición de género les impulsa a seguir invirtiéndolo en el hogar y menos en una actividad productiva propia. A pesar de todo ello, la importancia de "la capacidad emprendedora" se demuestra en mujeres usuarias de microcrédito que arriesgan cotidianamente su tiempo y esfuerzo por viabilizar sus negocios, aún no teniendo ganancias aseguradas, o en algunas empresas asociativas pequeñas, a partir de algunas mujeres que han permanecido desde el principio en ellas a pesar de las numerosas dificultades enfrentadas.

Para las mujeres, la capacidad emprendedora tiene mucho que ver con el empoderamiento, en cuanto significa creer en sí misma y "en que el negocio que promueve tiene sentido y puede tener éxito". Como también manifiesta Zenaida Joaquín, en relación a los proyectos productivos que Las Dignas promovieron entre el 91-95, las mujeres que empujaban los proyectos eran aquellas con mayor visión emprendedora y siempre un número pequeño dentro del grupo.

En la práctica muchas organizaciones de apoyo parecen asumir que la capacidad emprendedora se genera a partir de simples capacitaciones, cuando la realidad demuestra que es un tema complejo, que se fomenta en gran medida a partir de las experiencias vividas y compartidas tanto personalmente como en el entorno cercano y que está determinada por el entorno personal y de género de cada una de las mujeres. Es importante subrayar que no es estática, ni se nace con ella, sino que se desarrolla a partir de las posibilidades y las vivencias personales y colectivas.

Algunas organizaciones plantean la necesidad de establecer criterios mínimos de participación de las mujeres en estos proyectos, aunque éstos no siempre consideran globalmente la capacidad emprendedora de las mujeres. A continuación se indican algunos de los que mencionaron las entrevistadas.

- ⊙ En el caso de la MES, los criterios para participar en las empresas asociativas de transformación –dulces, artesanía y bebidas en polvo- tenían que ver con la disponibilidad de tiempo de las mujeres, el interés manifestado, y su nivel de participación en las estructuras comunitarias; en el caso de los proyectos de crianza de ganado vacuno los criterios eran no tener animales propios, la disposición de terreno propio y la responsabilidad en garantizar el pasto.
- ⊙ En el caso de los proyectos productivos colectivos promovidos por MSM, se priorizan los criterios pactados con la agencia donante, y después

se toma en cuenta que sean mujeres sensibilizadas, capacitadas y con participación activa en la asociación de mujeres. ORMUSA también señaló que la elección de las mujeres participantes la realiza la directiva de mujeres de la comunidad, priorizando jefas de hogar a partir de algunos criterios establecidos previamente.

- ⊙ En el caso de los proyectos productivos individuales, en el resto de los casos el único criterio suele ser la disponibilidad de tierra propia y la disposición a asistir a capacitaciones.
- ⊙ En el caso de los programas de microcrédito de MAM, se realiza una *Encuesta de Verificación de Medios* previo de las candidatas, enfocado a obtener datos sobre la situación familiar y económica de la solicitante, su experiencia empresarial previa y el nivel de participación comunitaria. Sin embargo, a nivel de las entrevistas tanto las organizaciones como las mujeres participantes señalaron que la concesión o no del crédito depende sobre todo de la situación económica de la solicitante. Las mujeres han de asistir también a cinco charlas precrédito, como condición para obtenerlo.
- ⊙ En los bancos comunales de OEF el único requisito es contar con garantías hipotecarias que aseguren el pago del crédito.

Como se puede apreciar, algunas de ellas toman en cuenta algunos de los aspectos definidos en el cuadro anterior, como el tiempo, las ganas o contar con recursos mínimos, pero globalmente se tienen poco en cuenta las habilidades de partida existentes o el entorno de género de las mujeres. Un ejemplo es la iniciativa de elaboración de artesanía también de la MES, enfocada a madres adolescentes, que enfrenta continuo recambio en sus integrantes ya que según su coordinadora Cristabel Moreno, *“cuando se acompañan, las jóvenes se van”*.

Con frecuencia uno de los criterios que más prima es el que la mujer sea participante activa en la vida asociativa o comunitaria. En este caso, se espera que lo siga siendo con la misma intensidad una vez comience con su actividad productiva –la triple jornada- y es sujeta de críticas a posteriori si prioriza su participación empresarial a la asociativa.

Al no ser estática, la capacidad emprendedora se puede incentivar, y este debe ser sin duda uno de los roles de las organizaciones promotoras. Por ello es necesario valorar la capacidad emprendedora de las mujeres candidatas, estableciendo criterios mínimos para participar. Para aquellas mujeres que no los cumplan, la organización promotora puede establecer programas de sensibilización, capacitación, intercambio de experiencias o incubadoras de empresa que permitan a las mujeres desarrollar sus capacidades previamente a iniciar su proyecto económico.