

un anteproyecto de ley denominado Fondo Solidario para la Familia o FOSOFAMILIA, el cual corresponde a las demandas planteadas en el FOGAMUJER pero enfocado en las familias. La Ley del FOSOFAMILIA se aprueba finalmente en 1998 y en la actualidad cuenta con un fondo de \$5 millones para créditos a personas de escasos recursos.

A partir de la aprobación del FOSOFAMILIA, dos de los puestos de su Junta Directiva son ocupados por organizaciones de mujeres, entre las cuales se encuentran en la actualidad el MAM y el MSM. Clelia López, responsable del área de créditos del MAM, e integrante de la dirección del FOSOFAMILIA señala una cierta apertura en la Junta Directiva actual, a partir de la cual las organizaciones de mujeres han podido incidir para que se capacite durante el año 2007 a todo el personal y sus órganos directivos sobre equidad de género, así como para que durante el año 2008 se realice una investigación que aporte a la incorporación del enfoque de género en la gestión y el funcionamiento del FOSOFAMILIA.

Considerando que el FOSOFAMILIA no reunía las condiciones de accesibilidad necesarias para las mujeres de escasos recursos que deseaban obtenerlo, la Colectiva Feminista a partir del año 2004, en alianza con la Unión de Mujeres, comenzaron también a realizar incidencia a diferentes niveles en el gobierno a favor del Fondo de Apoyo a las Iniciativas Económicas de Mujeres de Escasos Recursos. Una primera acción en este sentido se llevó a cabo mediante la entrega de una Carta al Presidente en el marco de la Marcha por el Día de la Mujer Rural celebrado el 15 de octubre de ese año, actividad que fue respondida de forma represiva por las autoridades policiales.

En este mismo sentido y con el objetivo también de visibilizar a nivel nacional los esfuerzos que los diferentes grupos de mujeres están realizando en sus municipios para promover la economía local, se llevan a cabo desde el año 2005 los Festivales de Iniciativas Económicas, los cuales son promovidos por la Colectiva Feminista, Unión de Mujeres y la FUNDE, y donde han participado otras organizaciones como Flor de Piedra, IMU, MAM o Las Dignas. En su primera convocatoria abierta participaron más de cuarenta y cuatro empresas colectivas de mujeres y en el año 2006 lo hicieron más de setenta y cinco.

Estos Festivales combinan una doble misión, la primera tiene que ver con dar a conocer las iniciativas de las empresas asociativas de mujeres de todo el país, visibilizar el aporte de las mujeres a los procesos de desarrollo económico local, así como promover la venta de sus productos. La segunda se enfoca en hacer incidencia en el gobierno nacional y los gobiernos locales para que apoyen las sucesivas plataformas de demanda que a tal efecto se han presentado, donde el Fondo de Iniciativas Económicas ha sido uno de los principales énfasis. Estos Festivales, aunque han sido muy satisfactorios como espacio de encuentro de mujeres productoras y por la participación

de público y ventas de los productos de las mujeres, no han contado en ninguna de sus dos convocatorias con la respuesta del gobierno central y con mínima respuesta por parte de los gobiernos locales.

Las integrantes de la Colectiva Feminista manifestaron como una debilidad interna que, dentro de la propia organización, el tema del Fondo de Iniciativas Económicas no fue suficientemente apropiado e impulsado públicamente, dada la limitación en los colectivos de mujeres involucrados para abordar técnicamente la complejidad de la propuesta en el marco de la reforma del FOSOFAMILIA, y plantear propuestas válidas y sólidamente argumentadas, que necesitaban de conocimiento técnico especializado en el tema.

En el marco de las elecciones 2006, varias organizaciones feministas –IMU, ORMUSA, el MAM, Colectiva Feminista, y Las Dignas- y el PNUD y FUNDE, coordinaron la realización del Primer Foro Nacional sobre los Derechos Económicos y Laborales de las Mujeres. Este evento, que tuvo una gran participación de público y contó con representantes de todos los partidos políticos en campaña electoral, tuvo por objetivo presentar la “**Agenda Parlamentaria para el cumplimiento de los derechos laborales y económicos de las mujeres**”, y provocar el pronunciamiento de las personas candidatas al respecto. Esta plataforma de demanda contenía cinco aspectos fundamentales:

- A. Reforma a la Ley de creación de FOSOFAMILIA para hacerlo más accesible a las mujeres de menores recursos, y proponer la creación de un fondo de garantía para mujeres que no cuentan con patrimonio propio.
- B. Exigir la reforma y la aplicación de las leyes en materia laboral, que protejan adecuadamente los derechos laborales de las mujeres, en particular en cuanto a las prestaciones de ley y las actividades de las empresas en las zonas francas, así como la ratificación de los convenios pendientes con la OIT.
- C. Exigir la protección de los derechos laborales en el marco del CAFTA (Tratado de Libre Comercio con EEUU).
- D. Reivindicar el estudio y aprobación por parte de la Asamblea Legislativa del Anteproyecto de Código Agrario con Enfoque de género.
- E. Solicitar el avance del “Anteproyecto de Ley de Presupuesto Nacional con Perspectiva de Género”, presentado a la Asamblea Legislativa en el 2000.

Durante el evento no se consiguieron las adhesiones deseadas por parte de los representantes de los partidos políticos; sin embargo, se promovió una incipiente

coordinación de las organizaciones convocantes para definir estrategias de incidencia política colectiva en el marco de los derechos económicos de las mujeres. Desafortunadamente, esta coordinación se mantuvo brevemente y finalmente “murió”, por falta de claridad sobre los objetivos colectivos y las estrategias a desarrollar.

La incidencia en el nivel local

Otro de los aspectos en los que las organizaciones han apoyado a las empresas asociativas, en el marco de asociaciones de mujeres o bien directamente, es para que realicen incidencia hacia los gobiernos locales. Se trata en la mayoría de los casos de conseguir apoyos materiales, como locales o terrenos en comodato donde poder desarrollar la producción, recursos del presupuesto municipal para apoyar actividades de capacitación o producción, o apoyo de la alcaldía para promover los productos dentro y fuera del municipio y en la búsqueda de espacios de venta, como ferias, festivales eventos u otros.

Estos esfuerzos de las organizaciones analizadas también han sido normalmente dispersos y no coordinados entre sí. Una de las estrategias frecuentes ha tenido que ver con la presentación de plataformas de demanda a las personas candidatas a las alcaldías, en el marco de los procesos electorales. La Colectiva-Unión y el IMU promovieron en el marco de la campaña electoral 2006, que más de veinte grupos de mujeres elaboraran una plataforma de incidencia local para el apoyo a las iniciativas productivas de las mujeres. Estos grupos habían tomado previamente parte en el Primer Festival de Iniciativas Económicas de las Mujeres, celebrado en el Parque Cuscatlán el 10 de diciembre 2006.

Esta plataforma sirvió de base para elaborar, completar o ampliar las plataformas de demanda que los diversos grupos presentaron a las personas candidatas a las elecciones de su municipio, con el objetivo de que apoyaran la organización local de mujeres. De esta manera se consiguió que al menos tres candidatos que posteriormente resultaron electos (Victoria, Cuyultitán y Tejutepeque) apoyaran a los grupos de mujeres con concesión de locales, terrenos o partidas presupuestarias.

El seguimiento del éxito de estas demandas no se hizo de forma conjunta. La Colectiva Feminista destaca que a raíz de este proceso, cuatro candidatos¹⁷⁷ posteriormente electos se comprometieron a apoyar las demandas de las mujeres en materia económica; tres de ellos asumieron parte de sus compromisos, fundamentalmente centrados en apoyar el alquiler o donar espacios para que las mujeres pudieran producir y realizar talleres de capacitación técnica. Una de las dificultades en este ámbito es que con frecuencia los alcaldes tratan de condicionar su apoyo a la fidelidad partidaria de las mujeres, las cuales con frecuencia renuncian a estos apoyos para no comprometer su autonomía.

¹⁷⁷ En los municipios de Victoria (Cabañas), Cuyultitán (La Paz), Tejutepeque (Cabañas) y Ayutuxtepeque (San Salvador).

El IMU y el MAM apoyan actividades de incidencia hacia las alcaldías. En el primer caso con el apoyo de las alcaldías para la donación de terrenos o casas en comodato y en el segundo caso, la creación de una alianza particular con la Alcaldía de Santa Tecla donde ambas organizaciones trabajan juntas en la Casa de la Mujer Tecleña, desde donde se capacita a grupos de mujeres empresarias en diversos temas, así como han tratado de incidir para que la alcaldía facilite espacios de venta a las mujeres productoras en los mercados.

A nivel de valoración, cabe reseñar que las organizaciones de mujeres en el ámbito de la promoción y el apoyo a las iniciativas generadoras de ingreso de las mujeres se han caracterizado por trabajar de forma aislada e independiente entre ellas en el decenio estudiado. En el ámbito de la incidencia política existen otros procesos de coordinación entre las organizaciones del Movimiento de Mujeres relacionados al tema de los derechos laborales, el sector maquila o los tratados de libre comercio, pero no han existido espacios de discusión más o menos permanentes, concertación o desarrollo de estrategias conjuntas en el marco del apoyo a los emprendimientos femeninos. Se destaca además que es este ámbito quizá donde las organizaciones de mujeres han realizado menos esfuerzos, programas y actividades de incidencia en políticas públicas a favor de los derechos de las mujeres, ya que no se encontraron propuestas de reforma legislativa al margen de la ya comentada del FOGAMUJER.

Un vacío importante lo constituye la ausencia de coordinación o información entre las organizaciones analizadas en relación a los procesos de incidencia política local en los municipios donde trabajan, no sólo en cuanto al tema de las iniciativas económicas, sino en general a las demandas que realizan para mejorar el ejercicio de derechos de las mujeres.

4.4. Componentes comunes encontrados en los diferentes programas

Según los referentes teóricos planteados es necesario considerar algunos aspectos clave desde el enfoque de empoderamiento, a la hora de impulsar emprendimientos de las mujeres. Estos son los siguientes:

- ⊙ Promover la conciencia de género en las mujeres.
- ⊙ Promover la conciencia social: contar con el apoyo de la comunidad para reducir las críticas hacia las mujeres como estrategia de dominación social.
- ⊙ Alivio de la carga de trabajo doméstica: promoción de la corresponsabilidad en la pareja y mecanismos específicos de alivio.
- ⊙ Desarrollo de capacidades individuales y grupales tanto sociales y psicológicas como de manejo de la empresa.
- ⊙ Asistencia técnica durante el desarrollo: permanente, sostenida y de largo plazo, acorde con las características de las empresarias.

Teniendo como parámetro de referencia los anteriores, se han identificado los siguientes componentes comunes de las organizaciones sujetas de estudio, reconociendo que la metodología y el énfasis en cada uno de ellos varía, según la organización. De esta manera se analizan a continuación los siguientes: a) capacitación y sensibilización en género, liderazgo y derechos de las mujeres, b) generación de conciencia social y el trabajo con los hombres, c) capacitación para la empresa d) acceso a mercados y comercialización y e) promoción de vínculos y alianzas.

a) Capacitación en género, liderazgo y derechos de las mujeres

El objetivo de estos procesos es promover la reflexión sistemática de las mujeres sobre su condición y situación, para que sean capaces de analizar críticamente su realidad y generar procesos de independencia, autonomía y empoderamiento. En muchos casos estos procesos comienzan antes de iniciarse la iniciativa, con el objetivo de incluir esta perspectiva tanto en el proceso de formulación, ejecución y seguimiento de los proyectos. Se trata además de que las mujeres identifiquen y diferencien los beneficios personales en relación con los familiares.

Todas las organizaciones feministas mencionaron realizar procesos de formación y sensibilización en los temas de género, derechos de las mujeres y promoción del liderazgo femenino como clave de sus estrategias de apoyo a las iniciativas económicas de las mujeres. La intensidad de estos programas es variable. En el caso del IMU todos los grupos a los que apoya¹⁷⁸ se benefician tanto del recurso económico para sus iniciativas individuales o colectivas, como de los programas de formación -Círculos de Estudio de las Mujeres-.

En la estrategia de la Colectiva-Unión, integrantes de las asociaciones a las cuales pertenecen los emprendimientos de la Red varias participan en los diferentes niveles de la Escuela de Liderazgo Femenino que se realiza en San Salvador y en varios de los municipios donde se encuentran las iniciativas económicas. El MAM, en las reuniones quincenales de los centros de crédito tratan algunos veces temas de género, autoestima, empoderamiento, al igual que se desarrollan charlas o talleres puntuales de forma periódica.

En cuanto a las organizaciones de mujeres de ámbito nacional, la directora de la OEF, Dinora Méndez comentó que imparten formación y sensibilización de forma esporádica y no les otorgan en la práctica, excesiva importancia "*porque la mayoría de las mujeres son jefas de hogar y no disponen de mucho tiempo*", valoración que tiene que ver seguramente con el énfasis mayor que hace esta organización en apoyar las

¹⁷⁸ Que son catorce, uno de los cuales es de jóvenes y es mixto.

necesidades prácticas de las mujeres, frente a aquellas relacionadas con la generación de una conciencia de género en las participantes.

Las organizaciones de mujeres de ámbito local hicieron sin embargo énfasis en este componente, y por ejemplo ACMM señaló que establece como requisito que las mujeres se capaciten en sus derechos para ser beneficiarias de los créditos que otorga para la compra de ganado. Igualmente ASMUSAT y la MES realizan talleres de forma casi permanente con sus socias y beneficiarias para promover la reflexión de las mujeres desde su condición de género. En este sentido cabe destacar por ejemplo ASMUSAT, como organización local de mujeres, en donde el grupo de productoras debate diariamente temas de derechos de las mujeres, según un programa previamente establecido, al mismo tiempo que confeccionan y bordan los textiles típicos que elaboran.

Al tratarse en muchos casos de procesos en cascada, donde mujeres formadas de las asociaciones se dedican a formar a otras mujeres en sus comunidades, un punto de necesaria atención es la formación de estas formadoras locales, que en algunos casos cuentan con debilidades importantes en el manejo teórico, lo cual puede sin duda afectar negativamente a los procesos de generación de conciencia de género en las emprendedoras. En este caso también es necesario dotarlas de herramientas adecuadas que les permitan desarrollar talleres interesantes, amenos y que capten el interés de las participantes.

Otras organizaciones complementan estos esfuerzos de capacitación con talleres o charlas específicas sobre temas de actualidad, particularmente en relación a la aprobación de tratados de libre comercio, políticas gubernamentales u otros. De esta manera Las Dignas han venido desarrollando procesos de alfabetización económica relacionados con el análisis de coyuntura en el marco de la globalización neoliberal y la apertura comercial. Por su parte, el IMU este año 2007 ha comenzado a tratar el tema de Economía Solidaria con las asociaciones con las que trabaja.

La valoración de los procesos de capacitación y sensibilización efectuada por la mayoría de las emprendedoras entrevistadas, destacan de forma muy positiva dichos procesos, por cuanto les han permitido reconocer e identificar las causas de las discriminaciones que enfrentan como mujeres, y en muchos casos comenzar a poner freno a situaciones de violencia y exigir sus derechos.

En el ámbito de la supervivencia se destaca la sobrecarga de agendas de las mujeres líderes, por la cantidad de capacitaciones, talleres y reuniones a los que han de asistir, no remuneradas, que con frecuencia les restan tiempo para poder dedicar a sus iniciativas económicas.

La promoción de la conciencia social en torno a los derechos de las mujeres fue mencionada sólo levemente por algunas organizaciones. Esta estrategia estaría enfocada a contar con el apoyo de la comunidad como estrategia para reducir las críticas a las mujeres, las cuales se expresan como estrategia de dominación social. Ninguna de las organizaciones entrevistadas la mencionó como una estrategia específica o sistemática, aunque algunas sí indicaron haber realizado algunos esfuerzos en este sentido.

El MSM señaló que promueve la conciencia social a partir de la vinculación con las ADESCOS de cada comunidad donde trabaja, mediante la gestión de los proyectos para las mujeres donde se solicita a la JD comunitaria su respaldo al proyecto. En este marco también tratan de coordinar con las instituciones locales como parroquias, unidades de salud, PNC entre otros. En particular realizan incidencia en la PNC para solicitar vigilancia a los proyectos productivos de las mujeres.

Se enfatizó también la importancia de que los esposos de las productoras se involucren apoyando a las mujeres en el trabajo físico de construcción que sea necesario realizar, dado que también se benefician como parte del núcleo familiar.

En su caso, el MAM señaló que antes de promover un comité de crédito en la comunidad, la institución hace contacto con su JD para buscar el respaldo comunitario al programa de créditos y facilitar la participación de las mujeres. Sin embargo, en las entrevistas a las beneficiarias ninguna señaló éste, como un paso previo para la conformación de los programas de crédito.

La Asociación Cooperativa Marta González ACMM señaló que han promovido talleres de formación y sensibilización mixtos con jóvenes, aunque más orientados a temas de salud sexual y reproductiva y en menor medida a sensibilizar a los hombres para que apoyen a las mujeres en la crianza del ganado. Por su parte la MES como organización local de carácter mixto, han realizado procesos de sensibilización y reflexión de género con hombres y mujeres, en el marco de todas las dinámicas de desarrollo comunitario en marcha. A pesar de ello, la involucración de la JD en las iniciativas económicas de las mujeres se realiza a través de las mujeres de dicha JD y en mucha menor medida de los hombres.

Globalmente no se ha detectado entonces, un esfuerzo significativo de las organizaciones estudiadas en el sentido de promover conciencia social en las comunidades en torno al apoyo a las iniciativas económicas de las mujeres, la falta de apoyo y las críticas sociales siguen siendo uno de los principales obstáculos que las mujeres han de afrontar para poder formar parte de este tipo de iniciativas.

La mayoría de las estrategias analizadas incluyen el apoyo a las iniciativas económicas junto con procesos de reflexión de las mujeres en cuanto a su condición y

posición de género, y de formación en temas de prevención de la violencia, derechos u otros. La mayoría de las entrevistadas destacan su interés en participar en este tipo de talleres y confirman que han contribuido a que conozcan mejor sus derechos como mujeres y se defiendan mejor tanto en la comunidad como en sus familias y con la empresa. En el caso del MSM señalaron que *“a través de la organización en torno a proyectos productivos y los créditos, adquirieron mayor capacidad para defender sus derechos cuando alguien trata de oprimirlas”*. Otra entrevistada del cantón Petacas en San Julián opinó que a través de su participación en proyectos productivos: *“hemos cambiado mucho ya hablamos más y tenemos otras ideas de cómo se hacen las cosas. No solo barrer, lavar platos y todo lo de la casa, también conocemos sobre nuestros derechos y los defendemos”*. Las mujeres sienten que se van superando, van conociendo y defendiendo sus derechos y alcanzando mayores cuotas de libertad.

Otras organizaciones como ACMM destacan la importancia de combinar ambos tipos de capacitaciones para contribuir a la prevención de la violencia hacia las mujeres, denunciando casos de maltrato y rompiendo el círculo de violencia. Las mujeres comienzan a ser conscientes de que tienen derecho a pensar en sí mismas, a relacionarse con otros y con otras y “ser para sí misma” como señaló otra entrevistada. Una buena parte rescatan la importancia de combinar la sensibilización y la toma de conciencia de las mujeres sobre su condición de género con el fortalecimiento de sus capacidades de gestión y administración empresarial, abonando a que las mujeres aprendan a defender sus derechos en diferentes ámbitos.

b) Generación de conciencia social y el trabajo con los hombres.

En cuanto a la generación de conciencia social que facilite la participación de las mujeres en la actividad productiva y empresarial, la mayoría de las organizaciones destacan la importancia de la toma de conciencia personal y colectiva para que este tipo de metodologías tengan éxito, que incluya también en algún momento a los hombres. Algunas organizaciones que apoyan grupos mixtos se enfocan en el empoderamiento comunitario, tal es el caso de la OEF. Las organizaciones de mujeres y también la MES se enfocan en el empoderamiento de éstas como factor clave para que la participación en la iniciativa pueda generar cambios en las relaciones desiguales entre hombres y mujeres. En el caso de las primeras, empoderar a la comunidad no significa necesariamente, empoderar a las mujeres. En el caso de las organizaciones de mujeres, sólo MSM señaló haber promovido procesos de reflexión sobre masculinidades, a pesar de que son varias – MAM, IMU- las que destacan la importancia de incorporar la sensibilización de las parejas masculinas para promover cambios de forma más rápida en las relaciones en el hogar y en los grupos. Varias organizaciones destacaron como uno de los retos principales la sensibilización de los compañeros de vida de las mujeres para que las acompañen y apoyen en sus procesos y asuman corresponsabilidad en el trabajo de la casa.

Es de destacar los procesos de sensibilización de los hombres que ha llevado a cabo la MES en sus comunidades, y también los talleres que realiza la Fundación Bálsamo sobre "construcción social de los géneros" con hombres. En el caso de ASMUSAT, aunque no señaló haber incorporado a los hombres en los procesos de sensibilización de género, su participación en un espacio mixto interasociativo sin duda promueve la visibilización del trabajo de las mujeres ante los hombres y puede contribuir al cambio de percepción de éstos en relación a las capacidades de las mujeres respecto al trabajo y la generación de ingresos.

c) Capacitaciones en relación a la actividad empresarial

En el pasado, los documentos de sistematización analizados reflejaron que la mayoría de las organizaciones feministas priorizaron este tipo de procesos, sobre otros de capacitación técnica y empresarial a las mujeres productoras. Este desbalance fue identificado en los mismos documentos como una de las causas por las cuales, a pesar de que las mujeres adquirieron ciertos niveles de empoderamiento personal y social (autoconfianza, autovaloración y reconocimiento social) las empresas no llegaron a ser viables económicamente. Por el contrario se identifica como un vacío que ninguno de los documentos analizados aborda o trata de analizar el desempoderamiento que debieron sufrir las mujeres una vez que las iniciativas, que con tanto empeño y esfuerzo pusieron en marcha, fracasaron.

En la década de posguerra la mayoría de las organizaciones promotoras incursionaron en el tema de la promoción empresarial con mucho voluntarismo, aunque con escasa experiencia y conocimientos propios, o bien mediante el apoyo de personal externo que conocía poco la realidad de las mujeres y la visión de las organizaciones de apoyo. En este sentido parece haber habido un cambio de tendencia en los últimos años, y actualmente algunas organizaciones feministas y de mujeres están comenzando a incorporar personal técnico especializado en procesos económicos.

Capacitación y asesoría técnica a la producción

La capacitación técnica se proporciona normalmente en la fase de arranque de los proyectos, y en menor medida de forma previa al inicio del proyecto y durante la ejecución del mismo. Es decir, las productoras aprenden las técnicas básicas de elaboración de los productos, pero después se da poco seguimiento al fortalecimiento de esas prácticas, al desarrollo de nuevas habilidades y técnicas o a la innovación. En general se detecta que son insuficientes y poco sostenidas en el tiempo, en muchos casos determinados por el carácter de corto plazo de los proyectos.

La capacitación técnica resulta ser un poco más extensa cuando se trata de los proyectos agropecuarios o de agrotransformación, donde recientemente algunas organizaciones feministas están comenzando a incorporar personal técnico especializado. Tanto MSM como ACMM y AMR señalaron contar con especialistas agrónomos para apoyar el desarrollo de las actividades agropecuarias impulsadas, y en el caso de AMS cuentan con un ingeniero para apoyar las actividades de agroprocesamiento. Sin embargo, una demanda permanente de las productoras es la asesoría y apoyo técnico especializado disponible de forma más permanente, que posibiliten la transferencia de capacidades a las productoras para que un día puedan ser autónomas, en particular aquellas que se dedican a la crianza de especies nuevas, como la oveja pelibuey o la tilapia.

Otras organizaciones como la MES, directamente o a través de sus redes de apoyo, como la Red de Comercialización, ha promovido activamente la capacitación técnica permanente de las productoras para incrementar la variedad de los productos, así como para mejorar la calidad de los mismos. En la práctica casi ninguna organización, a excepción del IMU o la Colectiva, mencionaron la importancia de mejorar la calidad de los productos artesanales en cuanto al diseño, la estandarización de las líneas de producción (modelos, tallas,) o la importancia de conocer y acercarse a las modas como estrategias de mayor vinculación a los mercados.

En los programas de crédito, el acompañamiento técnico a la producción se realiza para los créditos agrícolas, y no para los créditos a microempresarias, que no reciben en general asistencia técnica específica. Para microempresarias hay sin embargo, un cierto apoyo para la adquisición de habilidades empresariales a través de talleres de formación, los cuales son menos frecuentes en el ámbito de los créditos agropecuarios.

Capacitación empresarial y de manejo del crédito

Este componente ha ido apareciendo con más fuerza en los diferentes programas a lo largo de la última década, demostrando una cierta especialización temática de una parte de las organizaciones promotoras. Sin duda este hecho ha sido determinado por el elevado porcentaje de fracaso de las iniciativas económicas desarrolladas y como consecuencia por los cuestionamientos de la cooperación internacional en relación a la pertinencia de estos proyectos, y a partir del propio análisis de las organizaciones ejecutoras como el IMU o las Dignas que reconocieron los vacíos en este ámbito.

En el caso de los programas de crédito, todas las estrategias se complementan con talleres de capacitación en manejo del mismo; en los créditos del MAM el nivel de demanda de tiempo de las mujeres es importante, ya que se realizan reuniones quincenales para revisar el pago de los créditos, y si bien son valoradas por muchas mujeres como un buen momento para compartir con el colectivo, otras consideran que

deberían tener mayor contenido; para la organización suponen una metodología que permite asegurar la menor mora posible por parte de las prestatarias. Para aquellas mujeres con condiciones de vida más precarias, sobre todo en cuanto responsables únicas de sus hogares, esta demanda de tiempo puede ser una limitación para participar. Aunque los programas del MAM también incluyen algunas capacitaciones sobre costeo y manejo de la propia iniciativa empresarial, en general se detecta un menor énfasis y seguimiento en este aspecto que en el relativo a asegurar el retorno del crédito.

En general, todas las mujeres emprendedoras entrevistadas señalaron haber asistido a numerosas capacitaciones relacionadas con la gestión y administración empresarial. A pesar de ello, muy pocas son capaces por ejemplo, de calcular un costo de producción.

Los programas de capacitación con frecuencia pretenden que mujeres adultas con muy baja escolaridad, sean capaces de entender y poner en práctica habilidades de gestión empresarial sólo por haber seguido un curso o una serie de capacitaciones; igualmente con demasiada frecuencia se trata de capacitaciones estándar, poco sistemáticas y puntuales, que no se adaptan a las características concretas de las empresas de las mujeres y a sus posibilidades de aprendizaje.

En la práctica se comprueba que la mayoría de las organizaciones dan muy poco seguimiento concreto a estas capacitaciones, que aseguren que las mujeres ponen en práctica lo aprendido de forma sistemática y lo incorporan permanentemente a la gestión de sus empresas. De esta manera, se detecta que en la mayoría de las mujeres beneficiarias existen debilidades importantes relacionadas con el manejo de costos, precios, optimización de ganancias y en general el ordenamiento de sus iniciativas, ya sean estas productivas o de comercialización; Milagro Alvarado de la Colectiva Feminista destacó que “sería necesario poder dar un acompañamiento mucho más cercano, frecuente y permanente en particular a los grupos asociativos, para asegurar que los aprendizajes de las capacitaciones sean interiorizados y aplicados, particularmente el registro y ordenamiento de las actividades empresariales”.

Aunque los niveles educativos de las mujeres de El Salvador han aumentado en la última década, aún muchas mujeres adultas y mayores mantienen el rezago educativo, lo que complica la situación por cuanto son ellas las que conforman en su mayoría este tipo de iniciativas; por esto, sigue siendo vigente todavía el análisis realizado por Las Dignas, que señalaba las dificultades de las productoras para manejar procesos matemáticos básicos como las sumas, las restas o los porcentajes. A pesar de ello, llama la atención que en todos estos años, sólo la Red de Comercialización de la Colectiva-Unión ha desarrollado, y no de forma sistemática ni obligatoria, cursos de alfabetización matemática básica como condición necesaria para que las mujeres puedan después

adquirir habilidades más complejas para la gestión empresarial. Este es sin duda un vacío importante que será necesario evaluar en próximas estrategias.

En relación a las empresas asociativas, una de las debilidades importantes detectadas tiene que ver con el poco intercambio de conocimiento que se da entre sus integrantes, entre aquellas que se han formado y han adquirido algunas habilidades de gestión y aquellas que no han asistido a los talleres, que en muchos casos se resisten a aprender, ya que no se sienten capaces de manejar las matemáticas básicas necesarias. En este tipo de empresas, aquellas mujeres que adquieren mayores habilidades también tienen más posibilidades de acceder más adelante a otras oportunidades de empleo y abandonan la empresa o bien emigran, con lo que se debilita la iniciativa por la pérdida de capacidades claves para el buen funcionamiento de la misma.

d) Comercialización y acceso a mercados

En la actualidad la única organización que realiza un énfasis claro en el apoyo a las ventas de los productos de las empresas que apoya es la Red de Comercialización, que parte de la estrategia promovida por la Colectiva- Unión de Mujeres. Esta estrategia hace énfasis importante en el mejoramiento de la calidad de los productos y en la incorporación de procesos innovadores y de valor agregado de los productos, -como el diseño-, como factor que ayuda a incrementar las ventas, así como en el aprovechamiento de todos los espacios posibles para la venta. Como señalan sus promotoras, la idea surgió a partir de la insistente necesidad identificada por las mujeres productoras para poder acceder a los mercados y de esta manera favorecer la viabilidad económica de las iniciativas. El resto de las organizaciones entrevistadas hacen algunos esfuerzos en promover la venta de los productos en aquellos eventos públicos que realizan en hoteles y centros de convención, como pueden ser los foros, presentaciones de investigaciones u otras.

e) Promoción de vínculos y alianzas

Cada vez más, siendo conscientes de la multiplicidad de apoyos diversos que requieren este tipo de iniciativas para salir adelante -asesoría técnica, empresarial, acceso a programas crediticios, innovación tecnológica y diseño de producto, comercialización y gestión empresarial-, algunas de las organizaciones estudiadas promueven el establecimiento de vínculos entre las empresas asociativas y las instituciones que forman parte del sistema de apoyo empresarial. La Colectiva, AMS, MSM o la MES destacaron que han establecido redes de apoyo importante y estable con diferentes organizaciones que apoyan el desarrollo empresarial, como CONAMYPE¹⁷⁹, FUNDE, FUNDAPYME, FADEMYPE, UCA o el ITCA, para poder apoyar a las mujeres en aquellos aspectos

¹⁷⁹ Comisión Nacional de la Micro y pequeña empresa.

que demanden; ORMUSA apoya desde 1997 a grupos de mujeres, con iniciativa o sin ella, a los cuales asesora en el diseño y elaboración de los proyectos y su gestión, a través del establecimiento de contactos con organizaciones especializadas, orientando también para la búsqueda de créditos

En otros casos, las organizaciones apoyan y acompañan a los grupos locales para que elaboren y gestionen sus propios proyectos ante las instituciones de cooperación, promoviendo así su protagonismo y fortaleciendo sus capacidades de gestión y administración. Este es el caso de ORMUSA y la Colectiva, apoyo que ha permitido que algunas empresas asociativas hayan tenido acceso a fondos mayores para realizar inversiones y compra de equipamiento en sus iniciativas. En este sentido las organizaciones también destacan la necesidad de apoyo y contraloría a los grupos para que ejecuten adecuadamente los proyectos y optimicen la rendición de cuentas a la organización cooperante.

Articulación con los procesos de desarrollo local

Las iniciativas que surgen desde organizaciones locales, como es el caso de la MES, ADEMUR, ACMM o ASMUSAT, tienen la potencialidad de conocer el entorno local, tanto a nivel de recursos como de relaciones, como señala Lilian Contreras, *"las iniciativas diseñadas fueron teniendo en cuenta las potencialidades y recursos locales"*, lo cual facilitaría su abastecimiento y su encadenamiento productivo en el marco de los procesos de desarrollo económico local. En la práctica sin embargo se destaca que los análisis de factibilidad previos no fueron lo suficientemente detallados y realistas por lo que algunas iniciativas han fracasado y otras han de abastecerse de materia prima no local.

En general las organizaciones locales tienen debilidades importantes en cuanto a sus conocimientos del mercado, más allá del territorio de influencia, a los esquemas de trabajo tradicionales y poco adaptables a las demandas del mercado y cambios del contexto, que repercuten en la inestable calidad de los productos o la deficitaria atención a la clientela.

Cuando se logra obtener encadenamientos productivos locales, los beneficios económicos se pueden distribuir en mayor medida en el territorio. Este es el caso de Los Llanitos (MES) que produce horchata de morro a partir de la semilla que compra a las recolectoras de la zona, a un precio algo más elevado del que ofrece el mercado habitual.

A pesar de lo anterior, no se han detectado iniciativas de encadenamiento productivo en marcha o de articulación específica con procesos de desarrollo económico local en los territorios, más allá del aprovechamiento de algunas capacidades locales tanto técnicas como de materias primas.

En síntesis, se observa que las organizaciones siguen realizando esfuerzos significativos en promover la conciencia de género de las mujeres, tanto a partir de la promoción de espacios colectivos como de talleres de formación y sensibilización. Sin embargo existen carencias importantes en cuanto a la promoción de conciencia social en las comunidades donde desarrollan sus emprendimientos, por lo que la crítica social sigue siendo un obstáculo a considerar por las mujeres antes de participar.

En los primeros años de la década de los noventa, Las Dignas, el IMU y otras organizaciones realizaron algunas actividades enfocadas al alivio de la carga doméstica de las mujeres como molinos, o guarderías, algunos de ellos fracasaron, entre otros factores, por falta de sostenibilidad económica. Desde entonces no se han identificado acciones específicas en este sentido, sino más bien en la promoción de conciencia en las mujeres para que exijan en sus hogares la corresponsabilidad familiar y sobre todo de la pareja, en la realización de las tareas domésticas. El impacto de esta estrategia ha sido escasamente evaluado por parte de las organizaciones.

A pesar de que se detecta un mayor esfuerzo por parte de las organizaciones en dar asesoría y seguimiento a los procesos empresariales, estos se realizan de forma parcial, poco sistemática, sin apoyar la solución de carencias básicas de la mayoría de las mujeres que determinan su dificultad para interiorizar los conceptos matemáticos y organizativos básicos para el buen funcionamiento de una empresa.

5. Cambios en la vida de las mujeres

Las mujeres entrevistadas y encuestadas para esta investigación son mujeres que, a pesar de las numerosas dificultades de -todo tipo- enfrentadas, han podido creer, han creído y creen en la importancia de desarrollar actividades emprendedoras para la generación de ingreso, por los aportes que pueden generar a sus vidas, tanto en términos de ingreso como de su desarrollo personal. Se puede decir que se trata de mujeres que han superado la "autoselección" y "selección" previas, mediadas por la precariedad socioeconómica, su limitado nivel educativo y por su condición de género discriminado; para estas mujeres entonces, tener o participar en una iniciativa que les genera ingreso y les abre oportunidades de formación, capacitación o simplemente salir de la rutina diaria, tiene por ahora más ventajas que inconvenientes, que manifiestan cuando son encuestadas o entrevistadas¹⁸⁰.

Por ello, los cambios cualitativos expresados por las mujeres en sus vidas a raíz de su participación como emprendedoras o empresarias se van a ir combinando con la

¹⁸⁰ Cabe destacar que todas las mujeres participantes entrevistadas o encuestadas son en este momento microempresarias, productoras agropecuarias en activo o integrantes de empresas asociativas, ya que no fue posible contactar a mujeres que formaron parte de estas iniciativas anteriormente y que, por las razones que fuere, las abandonaron.

lectura de los resultados obtenidos en el sondeo de empoderamiento, en el cual participaron 89 mujeres, en una relación 60,7% rural y 39,3% urbano. De éstas, el 30% son mujeres sin pareja, -dato similar a las estadísticas nacionales de diversas organizaciones-, 41,6% cuentan con al menos dos hijos y el 29,2% entre 2 y 4 hijos e hijas.

Los resultados se organizaron de dos maneras: en primer lugar a nivel global de todas las encuestadas, en función de la distribución de las respuestas posibles a cada pregunta realizada; en segundo lugar se agruparon por énfasis, es decir, beneficiarias de programas de microcréditos, productoras agropecuarias en individual o mujeres que forman parte de empresas asociativas. Esta agrupación se realizó a modo de exploración, para ver si de alguna manera la participación en metodologías distintas determina variaciones en términos de empoderamiento.

Los ingresos y su impacto material

Todas las organizaciones entrevistadas asumen que, por ahora y con este tipo de iniciativas, difícilmente están contribuyendo a erradicar la pobreza de las mujeres, aunque en algunos casos sí a mejorar un poco sus condiciones de vida y las de sus familias.

Las mujeres beneficiarias de programas de crédito, (la mayoría de las entrevistadas), a pesar de reconocer que han incrementado el tamaño de su negocio, señalan que no han conseguido salir de la subsistencia, ya que los ingresos generados son pequeños y sobre todo inestables. Algunas encuestadas reconocieron haber alcanzado ingresos mejores y más sostenidos, como alguna de las microempresarias de la Comunidad Cristo Redentor en Ayutuxtepeque, en torno a \$20 diarios.

Teniendo en cuenta que las empresas asociativas, son todas microempresas de subsistencia, los ingresos que generan no permiten contar con salarios permanentes ni suficientes, sino que se trata de ingresos complementarios con los cuales las mujeres contribuyen en alguna medida al sostenimiento familiar, aunque insuficientes para cubrir las necesidades básicas. Una de las empresas asociativas de la MES, que tiene dos años de funcionamiento, ha conseguido poder ya retribuir a las mujeres con un salario mensual de \$100, aunque del número inicial de mujeres previstas (ocho) solo se han mantenido a la fecha, tres. Cabe recordar que, de todas las empresas asociativas analizadas, sólo en dos de ellas las mujeres tienen dedicación completa, mientras que el resto ocupan a las mujeres algunas horas a la semana, en función de la demanda del mercado y la disponibilidad de tiempo de las mujeres.

Las empresas articuladas a la Red de Comercialización reconocen haber incrementado sensiblemente sus ingresos, aunque el impacto de este incremento en

cada una de ellas es variable en función del número de mujeres que la integran y de la eficiencia de los procesos empresariales que desarrollan. También las mujeres productoras agropecuarias son conscientes del ahorro que genera en la economía familiar, el disponer de algunos alimentos propios y manifiestan su satisfacción cuando son capaces de generar pequeños ingresos a partir de los excedentes. En palabras de una entrevistada: *“ya tenemos que comer y cómo vestimos porque dependiendo de cómo administremos así vamos viendo ganancias”*.

Una constante en todos los casos es la inseguridad en las ventas y la variabilidad de los ingresos, que no permiten hacer previsiones a largo plazo; con excepción de algunas mujeres, la mayoría empresarias individuales, que han logrado acceder a un mercado estable y propio.

A pesar de ello, la mayoría de las mujeres entrevistadas destacó como positivo los pequeños ingresos que consiguen generar a partir de sus iniciativas. Las empresarias destacan en particular el impacto de estos pequeños ingresos en la mayor inversión en educación de hijos e hijas, aspecto que relevan el 61% de las encuestadas. Otras han podido hacer frente a pequeños gastos extra en la casa, como la compra de electrodomésticos, mejorar sus viviendas e incluso acceder a la propiedad de la tierra en unos pocos casos.

Avances en los negocios

Es necesario considerar que el impacto en los negocios de estas estrategias, está influenciado sin duda por algunos aspectos como: el incremento del coste de la vida en los últimos años, que afecta el margen de ganancia de las empresarias; la debilidad de las capacidades administrativas que determina poco control y conocimiento sobre los niveles de venta y los márgenes de ganancia; la marginalidad y la informalidad en la que se mueven este tipo de empresas, que venden sus productos en mercados de escaso valor añadido, bajos niveles de remuneración y elevada competencia; y la resistencia de las mujeres a reconocer que han mejorado sus ganancias por el temor a dejar de ser sujetas de apoyo.

El 66,3% de las mujeres informantes, en relación al impacto en los negocios, manifestó haber experimentado cambios de algún tipo en el mismo desde que son apoyadas por las organizaciones de mujeres; a pesar de ello, sólo el 10% indicó que las ventas han aumentado bastante y el 48,2% que han aumentado un poco, mientras que para un 30,6% no ha aumentado e incluso ha disminuido (10%). En este aspecto son las que forman parte de empresas asociativas las que indicaron haber incrementado en mayor medida sus ventas, seguidas de las beneficiarias de crédito.

El limitado impacto en las ventas, refuerza los análisis realizados previamente que sostienen que en las estrategias de las organizaciones promotoras, existe un déficit en apoyo real y efectivo para el acceso al mercado de los productos de las mujeres (ver cuadro No. 8.20).

Cuadro No. 8.20. Opiniones en relación al impacto en las ventas, como consecuencia del apoyo externo

Valoraciones	Créditos	Proyectos Productivos individuales	Empresas asociativas	Global
Bastante	6,25	4,8	14,3	10,6
Aumentaron un poco	50	28,6	53,1	48,2
No aumentaron	25	42,9	26,5	30,6
Disminuyeron	18,75	9,5	4,1	10,6

Fuente: elaboración propia.

En el caso de las ganancias, el 37,6% de las encuestadas han percibido aumentos, mientras que el 54,1% considera que se han mantenido iguales y solo un 7,1% dijeron que se han disminuido (ver cuadro No. 8.21). Sin embargo, analizando cada énfasis, se aprecian diferencias significativas donde el 56,3% de las beneficiarias de crédito y el 45,8% de las empresas asociativas han percibido incremento en las ganancias, caso que sólo ocurre en el 5,9% de las que cuentan con proyectos productivos individuales; esto confirma nuevamente que son proyectos orientados al autoconsumo, bien por decisión voluntaria o bien porque no encuentran mercado, cuyos rendimientos además están altamente condicionados por los factores ambientales externos.

Considerando el impacto en las ganancias, de los dos tipos de negocio enfocados al mercado (empresas asociativas y empresarias individuales con crédito) los datos son importantes y apuntan elementos que pueden contribuir a la sostenibilidad económica de los negocios. Sin embargo sería necesario medir de alguna manera el nivel de ganancias que están alcanzando, ya que las evidencias encontradas en todos los casos analizados señalan la dificultad de que estas empresas salgan de los márgenes de la sobrevivencia.

Cuadro No. 8. 21. Comportamiento de las ganancias desde que cuenta con apoyo externo

Valoraciones	Créditos	Proyectos productivos individuales	Empresas asociativas	Global
Aumentaron	56,3	5,9	45,8	37,6
Igual	37,5	88,2	45,8	54,1
Disminuyeron	6,3	5,9	8,3	7,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

En las empresas asociativas el impacto en las ganancias personales percibidas por las mujeres es menor que en las empresas individuales, ya que en las primeras el incremento de las ventas ha de ser mucho mayor para que cada mujer individualmente lo perciba.

Una de las debilidades generales detectadas, es la escasa reinversión de capital en el negocio. De todas las encuestadas, el 24,7% señaló que reinvierten bastante en el negocio, mientras que el 44,9% indicó que regular y el restante 30,3% reinvierte muy poco o nada (ver cuadro No. 8.22). Por énfasis de apoyo, son las beneficiarias de crédito las que más reinvierten en el negocio, seguidas de las empresas asociativas y en mucha menor medida los proyectos productivos individuales.

Cuadro No. 8.22. ¿Cuánto reinvierte en el negocio?

Valoraciones	Créditos	Proyectos productivos individuales	Empresas asociativas	Global
Bastante	31,2	9,5	26,5	24,7
Regular	50,0	47,6	42,9	44,9
Poco	6,3	14,3	24,5	30,3
Nada	12,5	9,5	4,1	2,1

Fuente: elaboración propia.

Esto determina que muy pocas cuentan con capital de reserva para, poder financiar un gran pedido que pueda llegar, o aguantar sin repercusiones en la remuneración del

trabajo las épocas difíciles del mercado, o las pérdidas de producto generadas por mala elaboración, contaminaciones o problemas ambientales. Esta limitación representa un obstáculo importante para que las empresarias puedan salir de los márgenes de la subsistencia y tengan capacidad de acumulación y ampliación de sus actividades.

En cuanto a la capacidad de adaptación a las variaciones de la demanda del mercado, son las empresarias individuales las que destacan, donde el 43% señaló haber cambiado de negocio una o varias veces en los últimos años, en su mayoría al aparecer oportunidades de trabajo con otros productos de mayor margen, en particular con las mujeres que sólo comercializan. Esta movilidad no se aprecia en las productoras individuales ni en las empresas asociativas, que en pocos casos varían sus productos en función de la situación del mercado, sino que normalmente de no funcionar el producto inicialmente planteado, la producción se cierra. En el caso de las productoras agropecuarias individuales, sólo el 22,2% mencionan haber cambiado de especie de cultivo o crianza desde que iniciaron.

En relación a las empresas pertenecientes a la Red de Comercialización, a parte del incremento sustantivo en las ventas, las entrevistadas destacan el incremento del número de empresas y mujeres productoras articuladas. La mayoría de las iniciativas han ampliado el negocio a partir de la comercialización como Red, además el apoyo en equipamiento ha permitido capitalizar las iniciativas con inversiones y ha permitido echar a andar algunas o mejorar otras empresas.

El entorno y los mitos sobre las capacidades femeninas

La incorporación de las mujeres a emprendimientos productivos debe sortear numerosos obstáculos determinados por la discriminación e infravaloración bajo la que son juzgadas cotidianamente las mujeres. Algunas entrevistadas tienen claro que el camino no es fácil ya que como señala la informante de ASMUSAT *"el sistema no cree en las mujeres"*.

También la directiva de la Cooperativa Marta González destaca que uno de los principales obstáculos es la desconfianza tanto de los compañeros de vida como de los comerciantes, sobre la capacidad de las mujeres de hacer negocios, y de comercialización; otra entrevistada señaló que *"La gente no confía en las capacidades de las mujeres por el hecho de ser mujeres, ya que tradicionalmente pocas mujeres han trabajado de forma plena en este ámbito"*.

Este cuestionamiento se evidenció también cuando las mujeres capacitadas en oficios no tradicionales por Las Dignas se desmotivaron a causa de la hostilidad de la que eran objeto al acceder a espacios laborales tradicionalmente de hombres; otro

ejemplo son las productoras de ganado del Bajo Lempa que manifiesta que una de las dificultades que tienen para obtener beneficios adecuados tiene que ver con que “los coyotes” se ponen de acuerdo sobre los precios y las mujeres no tienen forma de acceder a precios mejores para sus animales.

Tampoco las propias mujeres están exentas de prejuicios de partida en relación a sus propias capacidades. La incorporación de las mujeres en actividades o rubros no tradicionalmente femeninos (como el manejo del ganado), presenta resistencias; esto fue corroborado por la AMR quien señaló que cuando inician la promoción de este tipo de actividades, suele haber renuencias de las propias mujeres, que consideran que se trata de ocupaciones masculinas, aunque poco a poco y a medida que se van involucrando y conociendo el trabajo las mujeres lo asimilan y se sienten satisfechas. De hecho, algunas entrevistadas manifestaron ser capaces ahora de realizar tareas que no han sido tradicionalmente femeninas, lo cual incluso les han permitido convertirse en promotoras y formadoras de otras mujeres en sus comunidades, en particular en cuanto a actividades agropecuarias, logrando de esta manera desarrollar su liderazgo.

Uno de los aspectos destacados en la evaluación de Las Dignas mencionada en apartados anteriores tiene que ver con los cambios que supone la participación activa de las mujeres en el manejo y la administración de los proyectos y los fondos asignados; según esta evaluación, este hecho contribuye hasta cierto punto a disminuir la marginación de la que son objeto las mujeres en el hogar, por el hecho de involucrarse en una actividad económica en la que deciden y hacen valer su opinión. De esta manera se están rompiendo algunos tabúes, como el de considerar que las mujeres “sólo son para estar en la casa al cuidado de la familia” o que no son capaces de administrar un negocio, particularmente cuando se trata de actividades no tradicionales, como la ganadería o la piscicultura.

La casi totalidad de las entrevistadas consideraron como muy relevante el gran avance experimentado en sus capacidades de expresión pública y su relación con las otras mujeres, como indicó la entrevistada de ASMUSAT: *“Hace un año, yo no podía hablar con las mujeres, era bien tímida. Sola con mi familia, con mis hijos, he tenido problemas porque vivía solo para ellos. Ahora he aprendido a quitarme aquello que como mujer no me desarrollaba”*. Igualmente la de El Frutal, en Tejutepeque lo ratifica: *“Me he sentido bien para irme expresando un poco más en esto estando en la Unión y en la Red, porque antes sentía más miedo”*.

Estos aportes son corroborados por las encuestas, donde el 58% de las entrevistadas opina que ha mejorado mucho su capacidad de expresión pública, el 32% que un poco y sólo el 5% considera que no ha mejorado. Este es sin duda un factor que se relaciona con la autovaloración y con el incremento de seguridad en las mujeres sobre

sus capacidades y que contribuye muy positivamente al desarrollo de sus capacidades personales.

Todas las encuestadas valoran muy positivamente su participación en cursos de gestión y administración empresarial, destacando haber mejorado sus habilidades de gestión empresarial, en particular los procesos de compra, registro de actividades, administración y rendición de cuentas, lo cual ha repercutido en algunos casos en mejores márgenes en las ventas o mayor control sobre los negocios. A pesar de ello se comprueba que muy pocas son las que pueden realizar un simple balance de actividad, y los retos son todavía muy grandes en este aspecto. Es por ello que todas enfatizan la importancia de continuar este tipo de procesos de formación y de acercarlos a la realidad concreta de las mujeres para asegurar una mayor efectividad.

En general las mujeres destacan como aspecto sumamente positivo, la adquisición de nuevas habilidades y capacidades, que les hacen sentir mejor, elevar su autoestima y descubrir que son capaces de hacer cosas que no pensaron: *“Pues muchas cosas hemos aprendido a raíz de estos proyectos y a valóranos más como mujeres y que podemos salir adelante cada día mas”*. Otro de los aspectos reconocidos por las entrevistadas tiene que ver con las capacidades que se van generando en los grupos de mujeres, ya sean centros de crédito o empresas asociativas, a partir del intercambio de conocimientos entre unas mujeres y otras.

Autovaloración, conocimiento y conciencia sobre los propios derechos

La adquisición de capacidades individuales y colectivas genera en las mujeres mayor autoestima y autovaloración, hecho que se expresa por ejemplo en el 89,9% de las encuestadas que reconocen que ha incrementado su cuidado y aseo personal desde que forma parte de la empresa. Para muchas mujeres las iniciativas económicas promueven su creatividad y de esta manera fortalecen su autoestima, contribuyendo al empoderamiento. Esto sin embargo se transforma en frustración cuando las expectativas no se cumplen.

La violencia que sufren muchas mujeres a manos de sus compañeros es otro obstáculo presente y evidente, y que muchas veces se acrecienta cuando las mujeres expresan demandas de mayor autonomía personal. Como relata la informante de ACMM: *“...las mujeres dijeron que ya no querían capacitaciones, manifestaban que no les servía de mucho estarse capacitando si no podían dejar a los maridos, que las maltrataban, por que de ellos dependían económicamente, ahí nació la iniciativa de seguir apoyando las hortalizas y el proyecto piloto de la parcelas de flores, para ver de que manera dábamos alguna solución a las mujeres”*.

En relación al conocimiento y asunción de derechos en este tema, se preguntó a las mujeres acompañadas o casadas sobre lo que harían si su pareja las maltratara, de las cuales globalmente sólo el 26,8% indicó que lo denunciaría a las autoridades, destacando las mujeres beneficiarias de crédito (57,1%), mientras que una cantidad similar (24,4%) señaló que lo abandonaría. Es decir, cerca de la mitad de las encuestadas respondieron que no tolerarían tales abusos y recurrirían a las autoridades, o abandonarían al compañero maltratador (ver cuadro No. 8.23).

Cerca de la mitad de las participantes respondió que trataría de hablar con él y “hacerle entrar en razón”, lo cual puede reflejar poca conciencia personal y social en cuanto al derecho a no ser maltratada pero en el otro es sin duda consecuencia de la dependencia económica –que las empresas no han logrado solventar- y psicológica de las parejas, que dificulta plantearse otras alternativas.

Cuadro No. 8.23. ¿Qué haría si el esposo la golpea o la maltrata?

Valoraciones	Créditos	Proyectos productivos individuales	Empresas asociativas	Globalmente
Lo deja	28,6	0,0	30,0	24,4
Busca parientes	0,0	8,3	0,0	2,4
Denuncia a las autoridades	57,1	33,3	15,0	26,8
Conversa con él	0,0	58,3	55,0	43,9
No hace nada	14,3	0,0	0,0	2,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia

En las respuestas a la pregunta del cuadro anterior de las participantes de las diferentes estrategias, parecen ser las beneficiarias de crédito las que mayoritariamente asumen posiciones de empoderamiento (85,1%) denunciando o abandonando al maltratador, seguidas muy de lejos por las pertenecientes a empresas asociativas (45%) y en menor medida nuevamente por las productoras agropecuarias individuales (33,3%). Los niveles de empoderamiento alcanzados están relacionados en gran medida por los procesos de concienciación de género en los que han participado las mujeres, así como por la capacidad de las mujeres para ser autónomas. En párrafos anteriores se señaló a las mujeres beneficiarias de crédito como aquellas que mayor incremento en las ganancias han percibido, seguidas de cerca por las empresas asociativas. Esta distancia, pequeña en lo económico, se acentúa un poco en cuanto al incremento en

el poder de decisión y mucho más en relación a soportar el maltrato. Sin embargo, aparece la contradicción ante la pregunta de “¿su esposo o compañero tiene malos hábitos con ella”, cerca de un cuarto de las mujeres reconocieron que sí, en particular las beneficiarias de crédito, que en el caso anterior manifestaban una respuesta más contundente ante el maltrato (ver cuadro No. 8.24.).

Cuadro No. 8.24. ¿Tiene su esposo o compañero malos hábitos con usted?

Valoraciones	Créditos	Proyectos productivos individuales	Empresas asociativas	Globalmente
Sí, tiene malos hábitos	37,5	20,0	24,2	23,7
No, no tiene malos hábitos	62,5	80,0	75,8	76,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia

Además el 96,6% del total de encuestadas señalaron que no tendría relaciones sexuales con su pareja en caso de no desearlo, respuesta que a pesar de ser una buena noticia, seguramente está “inflada” por el no reconocimiento público de las mujeres de estas situaciones.

Los cambios en las familias y los niveles de autonomía de las mujeres

Una de las limitaciones reconocidas en el proceso de investigación fue no haber profundizado en el impacto de las actividades productivas sobre la carga de trabajo de las mujeres; sin embargo en numerosos estudios realizados por otras organizaciones, coinciden en señalar que éstas aumentaron la carga de trabajo de las mujeres al sumar las actividades productivas a las domésticas tradicionales, tanto por el número de horas que dedican a los emprendimientos como por las horas empleadas en reuniones, capacitaciones o talleres. A pesar de ello, cuando las mujeres sienten que estas actividades de formación o discusión son útiles e interesantes, la mayoría no las expresan como una carga en sí mismas, sino que la queja tiene que ver más con el tiempo que les quitan para las actividades productivas, o para ocuparse de la casa. El tiempo es entonces un recurso escaso para las mujeres emprendedoras donde sólo la mitad de las encuestadas consideran que la jornada les alcanza para hacer todo aquello que deben realizar.

Muchas de las mujeres entrevistadas, a pesar de tener interés y apostarle decididamente a las empresas en las que participan, viven con culpabilidad su salida del hogar. Como indicó Mariana Lezama de Frutilempa, “cuando yo salgo mis niñas se quedan solas, si a ellas les ocurre cualquier cosa negativa, pero por otro lado estoy haciéndole daño a las personas que más quiero...”.

Entre los aspectos más positivos que destacan algunas entrevistadas, está el incremento de la comunicación dentro de la familia. Como señaló una socia de un banco comunal promovido por OEF, *“pertenecer al banco y trabajar en colectivo ha mejorado las comunicaciones tanto al interno del banco como de la familia, nos comunicamos más ya que si mi hija o mi marido no tienen para la cuota nosotras les ayudamos a completarla y así vamos saliendo juntos y hablamos más del negocio de cómo están las ventas, hablamos más”*. Otra entrevistada de ADMAIG comentaba *“Pues sí ha mejorado la comunicación, hablamos de las ventas de la elaboración de las piñatas, de cuantas se van a vender, que adonde las vamos a llevar y así a mejorado con todas las personas, así como en la familia...”*

Sobre el reparto de tareas en el hogar, algunas mujeres mencionan pequeños cambios. Se da una incipiente distribución de las tareas domésticas en la casa, las cuales comenzaron a ser asumidas por sus hijas e hijos en mayor medida a partir de su participación en la iniciativa; en este sentido el 27,3% del total de entrevistadas indicó que sus esposos o compañeros se involucran normalmente en las labores domésticas, mientras que el 47,5% señaló que a veces lo hacen y sólo el 15,3% declararon que nunca las asumen (ver cuadro No. 8.25).

Estos datos parecen indicar avances importantes en cuanto a la corresponsabilidad familiar en el trabajo doméstico, aunque convendría obviamente poder clarificar que entienden las mujeres por este involucramiento, cuando en realidad la mayoría asume las tareas domésticas como responsabilidad principalmente propia.

En este aspecto parece que las mujeres que cuentan con microcréditos son las que en mayor medida han logrado un involucramiento activo de sus parejas en las tareas domésticas, (50% del total de encuestadas). Llama la atención que todas indicaron una cierta incorporación de los compañeros a las tareas domésticas, en comparación con las participantes en proyectos productivos individuales (26,7%) o el de las que forman parte de empresas asociativas (36,4%).

Cuadro No. 8.25. ¿Su esposo o compañero hace labores en el hogar?

Valoraciones	Créditos	Proyectos productivos individuales	Empresas asociativas
Siempre	50,0	26,7	36,4
A veces	50,0	60,0	42,4
Nunca	0,0	13,3	21,2

Fuente: elaboración propia.

A pesar de existir una menor corresponsabilidad en el caso de las productoras agropecuarias en individual, la mayoría de estas indican sentirse satisfechas con las iniciativas, ya que pueden desarrollarlas en sus casas (en el caso de huertos, granjas y otras), por lo que pueden compaginar sus actividades productivas y sus actividades domésticas. Para los tres grupos, los datos indican que habría mayor predisposición de las parejas al cuidado de hijos e hijas que a la realización de tareas en el hogar como lavar, planchar o cocinar.

Las relaciones de dominación de género se sitúan como una limitante importante en casi todos los casos para que las mujeres puedan desarrollar sus emprendimientos. Son mayoría las encuestadas que señalan que sus esposos se oponían a que participaran tanto en reuniones como en las actividades productivas; las razones son numerosas, desde que “la obligación de la mujer es atender el hogar”, hasta los celos de los compañeros de vida en relación a los ingenieros agrónomos hombres, encargados de impartir las capacitaciones. En algunos casos esto motivó a las organizaciones a buscar ingenieras agrónomas para que asumieran este trabajo y así las mujeres pudieran participar. En este sentido una de las entrevistadas manifestó que *“Hay mujeres que todavía no tienen conciencia, no se atreven a dejar a los hijos, al marido, romper ese machismo, ese patriarcado de que las mujeres somos para estar en la casa”*.

Diversas organizaciones promotoras señalaron que en algunos casos las mujeres son reutilizadas por los hombres para la obtención del crédito, que éstos invierten como consideran y las dejan endeudadas. ORMUSA mencionó que en su experiencia en programas de créditos, detectaron algunos casos en los que los maridos les quitaban el dinero del crédito a las mujeres, y en otros *“las mujeres servían de puente para que los maridos obtuvieran el crédito”*. En otros casos, a medida que la supervisión por parte de la institución se relajó, las mujeres comenzaron a invertir menos en sus negocios y más en bienes electrodomésticos –equipos de música, televisiones, mobiliario– endeudándose cada vez más y terminaron por no pagar.

En cualquier caso, muchas mujeres destacan la importancia de sentirse generadoras de ingresos y aportantes económicas al hogar, por lo que muchas comentaron que han comenzado a ser valoradas dentro de sus familias y a ser tenidas más en cuenta a la hora de tomar decisiones. Estos ingresos, aunque pequeños, les han otorgado ciertos niveles de autonomía económica respecto de las parejas y les permiten disponer de pequeños fondos para gastar con criterio propio, avances que son valorados fuertemente por las empresarias.

Respecto al incremento del poder de decisión de las mujeres, casi la totalidad de las entrevistadas reconocen que han aumentado desde que son empresarias, y cerca de la mitad de las entrevistadas señalaron haber incrementado sus poderes de decisión,

tanto en el negocio como en la casa. Mientras que el 37,1% lo ha hecho sólo en el hogar y el 11,2% en el negocio y en ambos casos, son las beneficiarias de crédito y las empresarias asociadas las que han experimentado mayores cambios. Este es sin duda un elemento importante a considerar por cuanto el avance de las mujeres en su acceso a la toma de decisiones en el hogar es un factor fundamental que promueve el cambio de las relaciones de género.

Llama la atención que, de aquellas mujeres que consideran poder decidir más en un solo ámbito, sea el doméstico el más favorecido, cuando parecería lógico que los negocios propios fueran el primer espacio de empoderamiento (ver cuadro No. 8.26). Este hecho puede tener que ver con lo que se apuntaba anteriormente, en el sentido de que en algunos casos los hombres manejan el negocio o el crédito, pero "necesitan" que la mujer siga siendo apoyada por parte de las organizaciones, mientras ellos controlan el espacio que genera ingresos.

Cuadro No. 8.26. Valoraciones en relación al incremento en la toma de decisiones

Valoraciones	Créditos	Proyectos productivos individuales	Empresas Asociativas	Global
En el hogar	43,8	28,6	34,7	37,1
En el negocio	6,3	28,6	6,1	11,2
En hogar y negocio	50,0	38,1	57,1	49,4
En ninguno	0,0	4,8	2,0	2,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia

Son de nuevo las mujeres rurales que desarrollan proyectos productivos individuales las que han mejorado en menor medida su capacidad de decisión, en particular dentro del hogar, hecho relacionado tanto con ser aquellas que generan menos ingresos como con realizar actividades extensión de las domésticas, la mayoría en el entorno del hogar, por lo que no son valoradas como actividades productivas por parte de las parejas.

Parece haber habido también incremento sustantivo en la autonomía de las mujeres para decidir y salir solas de casa. El 75,3% indicó que puede hacerlo siempre que quiere, mientras que el 19,1% algunas veces y sólo el 5,6% declaró que nunca puede decidir salir sola de casa.

En este sentido muchas de ellas destacaron mayor apertura de los compañeros de vida para poder asistir a reuniones o capacitaciones: "...*hoy ya se ha visto un cambio*

en ellos y nos dejan venir ya no nos dicen que venimos a oír chambres o babosadas que nos dicen en las reuniones, ya vieron que es una ayuda para toda la familia" como comenta una participante del grupo precooperativo que promueven las Dignas en Berlín.

Elsa Peraza, beneficiaria de granja familiar, valora que a través de ésta ha crecido bastante el ingreso familiar y *"han surgido cambios en el pensamiento de cada una y de los esposos de las mujeres, ya que tienen más oportunidad para desarrollarse como persona ..."*.

A pesa de ello, muchas mujeres sufren todo tipo de críticas sociales, como aquellas que afirman que abandonan el hogar, cuando se trata de participar en reuniones y en iniciativas productivas. Estas críticas llegan desde el entorno familiar y comunitario, y son difíciles de soportar en muchos casos; una de las mujeres beneficiaria de crédito del MAM manifestó que son sus hijos mayores los que la cuestionan permanentemente desde que participa en un grupo de mujeres y sale al mercado a vender el pan dulce que elabora.

Para aquellas mujeres que no han salido nunca solas de sus comunidades, salir más allá les cuesta y les supone un desafío que no siempre pueden enfrentar.

Algunas entrevistadas destacaron además el peso de algunas prácticas religiosas, que no permiten que las mujeres se organicen y promueven mantener la posición y condición tradicional de las mujeres y su reclusión en el ámbito doméstico.

El trabajo comunitario y el reconocimiento por parte del entorno comunitario e institucional

A partir de su involucramiento en los procesos empresariales algunas mujeres han ido adquiriendo protagonismo en las comunidades y reconocimiento social a la efectividad de su labor y el compromiso con la comunidad. Una integrante de la Directiva de la Cooperativa Marta González subraya el reconocimiento adquirido: *"somos reconocidas por todos los cantones de los alrededores y tenemos más confianza"*.

Esto también es debido a que las mujeres emprendedoras encuestadas, tienen un perfil elevado de participación comunitaria. El 42,7% ocupa algún tipo de cargos en la comunidad, lo cual indica tanto reconocimiento social como liderazgo personal e interés por mejorar las condiciones de vida del entorno. Son las productoras agropecuarias las que asumen en mayor medida responsabilidades (66,7%) seguidas por las empresarias asociadas (38,8%) aunque en mucha menor medida. Esta participación es menor en las beneficiarias de microcrédito, probablemente mediado porque al incorporarse

plenamente a la venta de sus productos, disponen de menos tiempo para la participación comunitaria (ver cuadro No. 8.27).

Cuadro No. 8.27. ¿Realiza actividades a favor de la comunidad?

Respuestas	Créditos	Proy.Prod.Ind	Emp. Asoc	Globalmente
Sí	43,8	95,2	67,3	69,7
No	56,3	4,8	32,7	30,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia

En los espacios de decisión pública, es la participación política uno de los aspectos que expresan empoderamiento de las mujeres y permiten visibilizar sus aportes al desarrollo comunitario; sin embargo, un aspecto contradictorio que no se debe olvidar es que esta participación incrementa todavía más las carga de trabajo de las mujeres productoras, que además del hogar y sus actividades productivas asumen responsabilidades comunitarias.

En algunos casos el fortalecimiento de las asociaciones de mujeres y de sus iniciativas colectivas ha facilitado que más mujeres accedan a puestos de decisión comunitarios y en los Concejos Municipales. De esta manera, a partir del fortalecimiento de la asociación y de la producción de medicina natural, la asociación de mujeres AMCAPIC logró ser reconocida en el municipio y una de sus integrantes es hoy concejala.

Cuadro No. 8.28. ¿Desempeña algún cargo comunal?

Respuestas	Créditos	Proy.Prod.Ind	Emp. Asoc	Globalmente
Sí	18,8	66,7	38,8	42,7
No	81,3	33,3	61,2	57,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

Muchas veces las mujeres destacan el apoyo y reconocimiento adquirido en relación a otras instituciones de cooperación o instituciones nacionales del sistema de apoyo empresarial. En el caso de ASMUSAT, a partir de su experiencia económica y organizativa, el Sistema de Asesoría y Capacitación para el Desarrollo Local (SACDEL)