

las ha contratado para apoyar el fortalecimiento de otra organización de mujeres en Puerto El Triunfo. En este caso, el estar articuladas a la Red de Comercialización de la Colectiva-Unión les ha permitido alcanzar mucha mayor difusión y valorización tanto a nivel nacional e incluso internacional.

De particular importancia es el reconocimiento desde los gobiernos locales, que asumen el pago del local de trabajo, promociona activamente al grupo fuera del municipio o establece contactos con otras instituciones para que apoyen la iniciativa. Como ejemplo están El Frutal de Tejutepeque, en donde las entrevistadas destacan el reconocimiento de la labor que realizan por parte de la alcaldía, expresado en el pago del alquiler del centro de producción donde elaboran los dulces artesanales; también este apoyo se expresó inicialmente en el apoyo de la Alcaldía de Victoria –departamento de Cabañas- hacia el taller de confección formado por la Asociación de Mujeres. La dificultad en estos casos estriba en que con frecuencia el apoyo de las alcaldías está mediado por la “fidelidad” de las mujeres al partido de turno, y cuando éstas declaran su autonomía el apoyo se debilita.

Las relaciones entre mujeres

En las diversas experiencias analizadas se plantea la dificultad que suponen las relaciones y la gestión del conflicto entre las mujeres. Esta dificultad se manifiesta tanto a nivel de la relación existente entre las mujeres de una empresa asociativa, así como entre las mujeres productoras y la asociación más amplia, o incluso entre las mujeres de una misma familia, que critican la participación de una de ellas en este tipo de iniciativas. Un ejemplo que las entrevistadas manifiestan con frecuencia son los problemas de relación que surgen a partir de que una mujer desarrolla más habilidades o incluso mayor liderazgo dentro de un grupo, que da lugar a que se generen relaciones de competencia y rivalidad con otras líderes del mismo grupo.

Como ya se ha mencionado anteriormente la ausencia de mecanismos claros y reglas de funcionamiento asumidas colectivamente dentro de los grupos, sobre todo a partir de la entrada en juego de los recursos y las remuneraciones puede ser una fuente permanente de conflicto. Cabe retomar aquí la experiencia del IMU en los años 90 con los fondos de crédito no retornable que la institución entregaba a los grupos de mujeres para que internamente se otorgaran créditos. En este caso, Deysi Cheyne, directora de la institución señaló que *“los créditos no empoderaron al grupo, sino que en muchos casos lo destruyeron. La relación de las mujeres con el dinero, en un contexto donde este no existía entre ellas inicialmente, planteó serias dificultades en grupos incluso muy organizados”*.

En algunos casos las mujeres, conscientes de estas dificultades, han diseñado mecanismos para generar relaciones horizontales y transparentes y de esta manera

disminuir los conflictos, como comenta una entrevistada de ASMUSAT: *"Irnos revisando constantemente nos ha ayudado mucho"*.

En el caso de los grupos que forman parte de la Red de Comercialización de la Colectiva Unión, las mujeres destacan la importancia de los mecanismos de transparencia y rendición de cuentas existentes dentro de la Red, que influyen positivamente para que cada una de las empresas, a lo interno, también genere mecanismos de transparencia que eviten conflictos.

A pesar de ello, en general las mujeres encuentran muy positiva la organización con otras como estrategia de apoyo a sus iniciativas. Muchas declaran sentirse bien cuando llegan a las reuniones de sus grupos, hacen amigas, se despejan y comparten con las otras. Para muchas estos son los únicos momentos de recreación, donde a la vez realizan una actividad productiva y hablan y se forman sobre sus derechos. Como señala una entrevistada de ADMAIG *"...trabajar en grupo, que todo es más fácil las ideas, que nos ayudamos todas y mejoramos económicamente, y personalmente"*.

En los grupos se han generado vínculos de solidaridad entre las mujeres, que han fortalecido las asociaciones a partir del intercambio y la convivencia. Estar organizadas como mujeres y apoyarse ante las dificultades que se les presentan, les permite apreciar, que de manera colectiva pueden obtener mejores resultados que individualmente. A nivel de las empresas asociativas se destaca el intercambio de las capacidades entre las integrantes y entre mujeres de empresas diferentes articuladas en redes, fortaleciéndose mutuamente a través del intercambio de ideas, experiencias y expectativas.

La mayoría de las entrevistadas de los programas de crédito, manifestaron que trabajar de forma grupal les ayuda a superar los "miedos", y arriesgarse a endeudarse. Las organizaciones destacan que los créditos están abonando al empoderamiento social y psicológico, porque al ser capaces de pagar un crédito, mejora su autoestima y su autovaloración, así como al incrementar los lazos de solidaridad, en algunos momentos da lugar a crear otras expresiones organizativas como asociaciones de mujeres o grupos de autoayuda.

Las organizaciones promotoras indican además que estos programas, basados en la organización, contribuyen a la participación activa de las mujeres hacia otros temas de incidencia en derechos; una de las organizaciones entrevistadas señala que a partir de los microcréditos y la sensibilización sobre violencia, se logró formar grupos de autoayuda y se analizó que el tema de violencia está vinculado al tema económico.

6. Conclusiones

A continuación se presentan las principales conclusiones del estudio realizado, siguiendo la estructura del documento, con el ánimo de aportar a la reflexión en torno a las estrategias que las organizaciones promotoras están realizando para apoyar los emprendimientos económicos de las mujeres pobres de nuestro país, para que sean más efectivas en cuanto al impacto en sus vidas, particularmente en términos de autonomía económica y empoderamiento.

Sobre las premisas

- La mayoría de las organizaciones del Movimiento de Mujeres entrevistadas consideran el apoyo a iniciativas generadoras de ingreso como un medio para fomentar la autonomía económica de las mujeres, su salida del ámbito doméstico y su acceso a la toma de decisiones en todos los espacios, en definitiva, su empoderamiento. De esta manera son conscientes de desarrollar estrategias para, a partir de la necesidad práctica de las mujeres de conseguir ingresos para mejorar su nivel de vida y el de sus familias, incidir en el interés estratégico del empoderamiento femenino.
- Las organizaciones promotoras que tienen como motivación final el empoderamiento femenino exigen la formación de espacios colectivos de las mujeres para que éstas, individual o colectivamente, sean sujetas de apoyo a sus iniciativas económicas. Se evidencia que estos espacios son clave para promover la toma de conciencia de las mujeres en torno a su situación discriminada y las necesidades de transformación social. Muchas de las organizaciones promotoras manifiestan que en el pasado la motivación principal para apoyar emprendimientos femeninos fue promover la organización de las mujeres, como estrategia para su empoderamiento a través de la reflexión y concienciación colectiva. En este sentido es vigente lo señalado por Las Dignas en cuanto a que, en la práctica, con frecuencia se apoya y fortalece con mayor intensidad los procesos de reflexión y capacitación en género, que los procesos económicos y empresariales.

Por esta razón las empresas de mujeres tienen un objetivo diferente al de una asociación, aunque su fin último, el del empoderamiento de las mujeres y la transformación de las relaciones de género, coincida. De cara a evitar el desempoderamiento de las mujeres cuando la iniciativa económica fracasa, es necesario que las organizaciones pongan igual énfasis en el apoyo a la empresa en el aspecto económico, y no la utilicen como una "excusa" para la organización de las mujeres, ya que los procesos de empoderamiento económico requieren de apoyo específico, sistemático y cualificado para que sean iniciativas enfocadas a la generación de rentabilidad económica.

- En el periodo analizado ha habido una tendencia de las promotoras a cambiar "los proyectos elaborados desde el despacho", promoviendo una participación más activa de las mujeres en las diferentes fases del proyecto, desde el diseño hasta la implementación, lo cual resulta fundamental para que las mujeres se apropien de los procesos y se fortalezcan en su desarrollo. Esto también determina que en la mayor parte de los casos las organizaciones apoyan fundamentalmente aquello que "las mujeres quieren hacer" o saben hacer, obviando con frecuencia la realización de estudios de factibilidad económica y de mercado que permitan visualizar la rentabilidad del negocio.

A pesar que ya desde la década de los noventa diversas organizaciones y autoras (Las Dignas, 1993; Bucher, 1996; MAM, 2003) señalaban la deficiencia en los estudios de factibilidad y la ausencia de estudios de mercado previos para definir la idea productiva a desarrollar, como una de las grandes dificultades para el éxito y la sostenibilidad económicas de las empresas, se sigue constatando que todavía hoy son muy pocas las organizaciones las que han desarrollado un esfuerzo significativo en este campo.

- Es por esto que muchas veces el impacto del proyecto en cuanto a ingresos y generación de puestos de trabajo es mucho menor que el esfuerzo invertido. En otras ocasiones, una vez iniciada la actividad, el no haber realizado estudios de factibilidad que consideren diferentes escenarios para la empresa, determina que las productoras se enfrenten sin "estar preparadas" al intercambio desigual en mercados controlados por acaparadores o grandes productores, o también al encarecimiento de los insumos que determinan costos de producción mayores de los esperados, y por lo tanto dificultan el acceso de los productos a mercados altamente competitivos.
- Debe tenerse en cuenta la importancia que para el éxito económico de las empresas tiene el considerar adecuadamente la capacidad emprendedora de las mujeres que en ellas participan. Se detecta que en la práctica, las organizaciones promotoras asumen que todas las mujeres "pueden ser empresarias" en un momento dado, mientras que la experiencia ha demostrado que por el contrario sólo un pequeño porcentaje de las que inicialmente comienzan, se mantienen (particularmente en aquellos proyectos altamente subvencionados). Ejemplo de ello son las iniciativas económicas de la MES, donde en tres de ellas actualmente (producción de dulces, deshidratados y bebidas en polvo) trabajan nueve mujeres de las 18 inicialmente esperadas; de estas 18, solamente 6 están entre las que comenzaron. Es decir, es necesario tener en cuenta que no todas las mujeres tienen la capacidad emprendedora (entendida como posibilidad, interés, y conocimientos mínimos) necesaria para poder llevar adelante sus iniciativas.

Sobre el tipo de iniciativas que se apoyan

- La mayoría de las mujeres entrevistadas realizan trabajos tradicionales, que resultan siendo extensión de sus actividades domésticas, como el cultivo de patios, la crianza de animales menores, la producción de alimentos, artesanías o la venta de productos comerciales. A pesar de ello, algunos cambios significativos se aprecian en la vida de las mujeres que se incorporan en alguna medida a labores tradicionalmente masculinas, como la crianza de ganado, o que realizando tareas tradicionales comienzan a salir del ámbito doméstico bien para producir, asistir a reuniones o capacitaciones, cuestionando la división tradicional de espacios.
- En este sentido los énfasis que desarrolla cada organización determinan que se dediquen a promover sectores económicos diferentes. De esta manera, las organizaciones que no cuentan con programas de créditos se enfocan en apoyar procesos productivos, individuales cuando son de naturaleza agropecuaria o colectivos cuando son de transformación. Las organizaciones crediticias apoyan sobre todo a mujeres vendedoras que comercializan en muchos casos productos importados, y en otros productos de primera necesidad que ellas mismas elaboran.
- Son escasos en la actualidad los programas que promueven el acceso de las mujeres a oficios no tradicionalmente femeninos, y se concentran prioritariamente en el ámbito agropecuario como la producción de ganado, tilapia o camarón. No obstante, con el apoyo adecuado tanto a los procesos técnicos y empresariales como a la capacitación en género, pueden promover la mejora de la condición de las mujeres y además su posición y valoración social.

En el área urbana, se destaca un único esfuerzo para formar mujeres expertas en carpintería o mecánica automotriz, que ha sido realizado por Las Dignas en los años noventa. Siendo evidentes los obstáculos que la rigidez de la división sexual del trabajo y el contexto nacional de limitación de oportunidades imponen en este ámbito, se destacan varias dificultades que determinaron el bajo impacto del programa en la ubicación laboral de las mujeres: capacitación técnica insuficiente; escasa reflexión con las mujeres en torno a su identidad como trabajadoras, el manejo del tiempo, el dinero, la productividad o de la autoridad en el trabajo; insuficiente seguimiento y apoyo a los casos de sexismo en el empleo o para afrontar emocionalmente el rechazo, así como insuficiente atención a la dificultad de las mujeres para verse a sí mismas como empresarias y para trabajar en grupo.

Se reconoce además la necesidad de articular este tipo de esfuerzos con otras instituciones que se encargan de la capacitación laboral, así como crear vínculos con el sistema empresarial para asegurar la inserción de al menos una parte de las mujeres formadas.

- En general existe escasa diversificación e innovación en los diferentes sectores productivos, por lo que los productos elaborados y comercializados por las mujeres productoras se mantienen en mercados donde la competencia es elevada, mientras que la calidad ofrecida es inferior con frecuencia a la que aportan otros proveedores de productos similares.

Sobre los énfasis

Los programas de crédito

- Se demuestra en la práctica que las estrategias que llevan implícita de alguna manera la metodología crediticia, son una alternativa interesante para medir la disposición y capacidad empresarial real de la candidata y para promoverla, siempre que las condiciones de acceso sean adecuadas para las mujeres que las necesitan. Las mujeres empresarias que solicitan créditos, cuando son productoras, asumen también activamente la comercialización de sus productos y se dedican a ella con intensidad. Esta es una diferencia por ejemplo con las mujeres que participan en proyectos productivos altamente subvencionados, donde una de las debilidades más frecuentes encontradas es que la mayoría de las mujeres no asumen la comercialización como parte del trabajo propio, sino que ésta se deja en manos de aquellas que tienen mayor iniciativa dentro del grupo.

La mayoría de las mujeres participantes en los programas de microcrédito valoran positivamente que como apoyo a sus iniciativas, no exigen las garantías de las instituciones crediticias tradicionales y fomenten el trabajo en grupo, que los intereses sean menores que los de mercado y que la renovación del crédito sea muy rápida, si se responde adecuadamente en términos de pago, pudiéndose incrementar los montos financiados.

- Todos los programas de microcrédito analizados son de subsistencia, prestan montos reducidos y a breve plazo, lo cual unido a las debilidades existentes en el manejo y la gestión empresarial determinan que en muy pocos casos las mujeres puedan acumular capital propio y proyectar sus empresas más allá de los límites de la subsistencia y la informalidad. Estos préstamos se otorgan tanto a mujeres con iniciativas en marcha como a aquellas sin experiencia.

Una debilidad que se constata es el limitado apoyo previo de las organizaciones en la valoración de la factibilidad económica y de mercado de la iniciativa; igualmente es limitado el apoyo al desarrollo de habilidades propias de administración y gestión empresarial.

- En la mayoría de los programas analizados, el ahorro es voluntario, lo cual limita el impacto de la metodología y la posibilidad de generación de capital propio de las mujeres. Como dijo una entrevistada, *“se puede ahorrar pero en realidad nadie lo hace”*.

La mayoría de las entrevistadas manifestaron utilizar los créditos no sólo para sus actividades empresariales sino también para cubrir necesidades de la casa o la familia. Tampoco existen programas de créditos accesibles para empresarias individuales de escasos recursos que deseen acceder al crédito y no pueden o no quieren asociarse en metodologías grupales.

- Una limitación expresada por varias de las organizaciones que han desarrollado programas de crédito en el pasado, fue la falta de claridad institucional en cuanto al objetivo del programa y las condiciones de funcionamiento para asegurar su sostenibilidad. En aquel momento, como ahora, se evidencia en las instituciones dificultad “moral” para cobrar a las mujeres que no pagan; de ahí la importancia de contar con reglas claras de funcionamiento dentro de la institución y hacia las mujeres participantes, así como con diseñar sistemas que aseguren la sostenibilidad económica de la cartera, en términos de incluir en la cuotas el pago de la gestión de los créditos.
- En los programas de créditos agropecuarios la recuperación de la cartera es una dificultad adicional, tanto para la institución como para las prestatarias, dado que el éxito de los cultivos o la crianza depende en gran medida de factores ambientales poco controlables por las productoras. Ninguno de los programas analizados cuenta con fondo de garantía para cubrir este tipo de pérdidas.

Estos programas en particular pueden empoderar a las mujeres en la medida que estas manejan el crédito, la producción y los excedentes, debiendo hacer especial énfasis en la sensibilización de género y la capacitación y asistencia técnica a las mujeres en aquellas tareas no tradicionalmente femeninas como la cría del ganado vacuno. Cuando la devolución del préstamo es en especie, estos programas son poco sostenibles si no incorporan de alguna manera el pago de intereses o la contribución obligatoria de las prestatarias con pequeños montos en efectivo, para financiar el manejo de la cartera o los servicios técnicos de apoyo necesarios para que los cultivos o la crianza del ganado mejoren su productividad. Estas contribuciones pudieran servir de ahorro obligatorio que permitiera por un lado cubrir las pérdidas ocasionadas por los fenómenos ambientales e incluso generar pequeños ahorros para las mujeres.

- Las organizaciones entrevistadas no otorgan créditos a las empresas asociativas. Es posible que una limitación de estos créditos sea que en su mayoría son informales, lo cual vuelve más inseguro el pago de los mismos.

En el caso de los créditos a microempresarias individuales, los programas de grupos solidarios presentan restricciones de acceso, ya que no pueden entrar aquellas mujeres que son de comunidades donde no hay grupos.

Los proyectos productivos

- Como en el caso de los créditos agropecuarios, la carencia de tierra propia es la principal dificultad de las mujeres para participar; igualmente, el corto plazo de los proyectos implementados, es otra de las limitaciones evidenciadas.
- En este caso, la mayoría de la producción obtenida se enfoca finalmente al autoconsumo, dada las escasas habilidades comerciales de las productoras. Una de las debilidades existentes para valorar el éxito o no de estas iniciativas, es la ausencia de registros que permitan valorar y medir económicamente el impacto de la producción en la mejora de la nutrición familiar o el ahorro en la alimentación, o calcular costos de producción, así como valorar el esfuerzo de trabajo invertido por las mujeres.
- Algunas organizaciones están promoviendo la incursión de las mujeres en la diversificación de cultivos, la recuperación de semillas criollas y la disminución del impacto al medio ambiente. Se identifican dificultades en algunos casos para cambiar patrones de trabajo tradicionales en relación a los cultivos, cuya superación pasa necesariamente por procesos de reflexión y concienciación de género de las mujeres y también por generación de conciencia social a favor del cambio, en las comunidades donde estas trabajan.

Las empresas asociativas

- Una atención específica merecen las empresas asociativas, por la cantidad de esfuerzo material y humano que se les ha dedicado y el relativo escaso éxito que han tenido en estos años; nacen en la mayoría de los casos a partir de un proyecto, en el cual entran las mujeres interesadas cumpliendo algunos criterios básicos redeterminados por las organizaciones. El grupo nace bajo el proyecto, por lo que las mujeres muchas veces ni se conocen o no necesariamente cuentan con relaciones de confianza entre ellas, como para poder impulsar un proyecto económico de naturaleza colectiva. Normalmente las participantes apuestan "su tiempo", al no contar con otros recursos o bien al no querer arriesgar sus bienes en una empresa colectiva cuya viabilidad organizativa y económica está por verse. En este sentido se destaca como clave la existencia de relaciones de confianza previa en el grupo y de voluntad colectiva para trabajar juntas en una empresa que es de todas.

- Muchas empresas asociativas nacen en el seno de organizaciones locales de mujeres, con diferentes tipologías. En algunos casos la JD de la asociación maneja la iniciativa, forme o no parte de ella, y las socias trabajadoras actúan en realidad como empleadas; en otros la JD, aunque no forma parte de la iniciativa, influye y determina el funcionamiento de ésta, incluso muchas veces por encima de los criterios de las empresarias. En otros, la empresa camina por su lado y la asociación por otra. Es por esto que la relación iniciativa/asociación es frecuentemente compleja.
- Una de las limitaciones principales de las empresas colectivas, más allá de otras que pudieran parecer claves como la calidad de los productos, tiene que ver con la dificultad de comunicación entre sus integrantes, así como el registro claro y el respeto por parte de todas a los acuerdos alcanzados. En las empresas asociativas esta dificultad es mayor cuando hay recambio continuo de mujeres, sobre todo cuando la iniciativa tarda en arrancar y generar ingresos; por esto es necesario clarificar y dimensionar las expectativas de la asociación en relación a la empresa, en cuanto a los ingresos que se esperan y en la contribución de éstos al fortalecimiento de la iniciativa.

En general los niveles de organización y cohesión son precarios, y en numerosas ocasiones, las reglas de funcionamiento se van estableciendo a medida que la iniciativa se pone en marcha (por ejemplo, el tiempo que le va a dedicar cada una).

- La capacidad emprendedora no está uniformemente repartida, por lo que a pesar de los esfuerzos, la mayoría de las empresas son lideradas por un pequeño grupo, (sucede en los grupos con más integrantes). Se demuestra en la práctica que en los grupos pequeños la comunicación funciona mejor y es más fácil promover la asunción colectiva de responsabilidades.
- Otra debilidad común es la existencia de liderazgos poco democráticos, y la ausencia de mecanismos de transparencia y rendición de cuentas claros al interior de la empresa asociativa, que eviten en lo posible los conflictos por el manejo de los recursos.
- Por otro lado se plantea la necesidad de poder contabilizar las horas de trabajo voluntario que dedican las líderes para asistir a reuniones, realizar compras o coordinar actividades, y evidenciarlo ante el resto de las integrantes.
- En las empresas asociativas, el tema de la propiedad y el capital es un problema identificado. Como integrantes de grupos, las mujeres son sujetas en algunos casos de donaciones en infraestructura, equipos e incluso capital; pero al mismo tiempo, las mujeres dentro de los grupos difícilmente invierten recursos propios para la

adquisición de equipo colectivo, más allá del tiempo de cada una o del costo de los propios pasajes para trasladarse hasta el lugar de producción.

Cuando existen necesidades de capital, ya sea para inversiones, reparaciones o cubrir pérdidas, las iniciativas se quiebran si no cuentan con fondos de capital propio, o bien se "suspenden" temporalmente mientras gestionan el apoyo económico de alguna organización. Es decir, a las mujeres les cuesta arriesgar e invertir recursos propios en algo que no es "totalmente de ellas". La donación de inversión y equipo como estrategia de generación de capital propio a las iniciativas colectivas es necesaria, dado que las mujeres no cuentan con capital o bienes propios, pero debe llevar aparejados mecanismos que promuevan la responsabilidad colectiva sobre los bienes, así como en cierta manera el repago de los mismos para evitar el asistencialismo y fomentar la capacidad emprendedora.

Las redes

- El espacio de la redes permite a las mujeres intercambiar experiencias de forma permanente con otros grupos de localidades diferentes, lo que contribuye a ampliar su visión, adquirir más conocimientos, promover la solidaridad colectiva y establecer alianzas de complementariedad productiva (por ejemplo, unas elaboran los productos y otras los envasan), de adquisición o de comercialización, que contribuyen a mejorar el rendimiento económico de las empresas.
- En el caso de las redes de comercialización, el trabajo articulado visibiliza en mayor medida las empresas de las mujeres, genera mayor capacidad de incidencia desde éstas hacia el entorno, en particular hacia otras instituciones del sistema de apoyo empresarial. Colectivamente, es más fácil asumir los costos de un equipo técnico que apoye a todas las empresas en la superación de sus dificultades, en particular aquellas debidas a sus debilidades organizativas, de administración y comercializadoras.
- Las informantes que participan en redes de comercialización destacaron además la sustancial mejora realizada en el aspecto y la presentación de los productos. Las mujeres destacan que han visto fortalecida la comercialización, no sólo a partir de los esfuerzos como red sino a partir de que varias mujeres venden los productos de otras en sus comunidades, incrementando los mercados y la difusión de los productos. En este caso relevan además la generación de ingreso no sólo para las productoras, sino también para las mujeres que se encargan de la venta de los productos de las demás.
- Una de las limitaciones evidenciadas en la práctica tiene que ver con que el trabajo en red, con frecuencia reduce las posibilidades de apoyo concentrado a cada una de

las empresas que la forman, por lo que resulta fundamental establecer adecuados vínculos de comunicación y coordinación para gestionar aquellos apoyos que no pueda proporcionar la red.

- Otro aspecto importante a considerar es el ritmo diferente de trabajo de cada una de las empresas que forman parte de la red, por lo que es importante establecer reglas claras de funcionamiento tanto hacia el interno como en relación al mercado que se pretende abastecer.

Procesos de incidencia política

- Muchas de las organizaciones entrevistadas han apoyado o promovido procesos de incidencia local para el apoyo a las iniciativas económicas de las mujeres, en particular en el marco del fortalecimiento a las asociaciones locales de mujeres a las que éstas pertenecen. La incidencia en este campo ha sido sobre todo encaminada a conseguir el apoyo de las municipalidades para concesión de terrenos, edificios para la instalación de las empresas de las mujeres, o el apoyo de la alcaldía para la promoción de los productos en ferias u otros eventos. A partir de estos procesos de incidencia, algunas alcaldías particularmente aquellas más grandes y con más recursos cuentan con espacios o programas de formación técnica, pero de nuevo con escasa articulación con el mercado.

Estos apoyos y programas son muy dependientes de la voluntad política concreta del gobierno de turno, y particularmente en los municipios pequeños están poco institucionalizados.

- A nivel nacional ha habido algunas acciones de incidencia, particularmente enfocadas a la existencia de fondos de crédito para mujeres empresarias de escasos recursos. Las acciones realizadas por las organizaciones promotoras han sido dispersas, poco constantes, desarticuladas y escasamente coordinadas entre ellas.

Sobre los componentes de los diferentes programas

- Todas las organizaciones -aunque en mayor o menor medida en la práctica-, coinciden en que la autonomía económica y el empoderamiento de las mujeres no se alcanzan únicamente a partir de obtener ingresos económicos. Es necesario que estas actividades estén acompañadas de procesos de reflexión personal desde el hecho de ser mujeres, formación en derechos, generación de liderazgos, fortalecimiento de las organizaciones, incidencia política hacia el gobierno local para recabar apoyos.

Es por ello que la mayoría de las organizaciones combinan sus énfasis de apoyo a la iniciativa con procesos más o menos intensos de capacitación en género, derechos de las mujeres, prevención de la violencia de género o promoción del liderazgo femenino, asumiendo que la generación de autonomía económica en las mujeres no es necesariamente un factor de transformación de la discriminación femenina sino hay un proceso previo de reflexión y reconocimiento de la subordinación en la propia vida. En este marco algunas organizaciones también promueven actividades de reflexión en torno al contexto socioeconómico nacional e internacional, o propuestas de modelos económicos alternativos, como forma para facilitar la toma de conciencia individual y colectiva sobre las injusticias del modelo económico neoliberal y la necesidad de promover cambios.

- En la actualidad se detecta un mayor esfuerzo de las organizaciones para apoyar técnicamente y de forma especializada el fortalecimiento de las empresas de las mujeres de escasos recursos, en relación a su rentabilidad y sostenibilidad económicas, aunque con diferente intensidad en función de las organizaciones. La mayoría de las participantes han seguido numerosos cursos de capacitación, tanto técnica como empresarial, los cuales forman parte de los programas de apoyo de las organizaciones. A pesar de ello, la mayoría trabaja todavía "a cabeza" y existen significativas dificultades para costear los productos, valorar el trabajo invertido, o prever fluctuaciones del mercado. En muchos casos los formatos de las capacitaciones son estándar, no aterrizan en la situación concreta de las mujeres y sus niveles de formación, por lo que una vez terminada la capacitación sólo una pequeña parte de lo aprendido se pone en práctica.

Un vacío generalizado es la ausencia de programas de alfabetización matemática para tratar de cubrir las deficiencias básicas. Otro aspecto donde la mayoría de las estrategias analizadas han estado ausentes, o al menos no lo mencionaron, es en la promoción del acceso y el uso de las empresarias a las nuevas tecnologías de la comunicación y paquetes informáticos básicos.

- En cuanto al tema de las donaciones de capital para inversión, las microempresarias individuales, no son sujetas de ellas en tanto no forman empresa asociativa, aunque muchas de ellas sí han demostrado su capacidad emprendedora, (manteniendo sus iniciativas activas durante mucho tiempo y soportando sus economías familiares). Es decir, los fondos que se donan desde la cooperación en este sentido tienen un porcentaje de riesgo mucho mayor, cuando se piensa en la sostenibilidad económica de los proyectos, ya que se otorgan a grupos, que muchos de ellos están comenzando y no está demostrada su capacidad empresarial individual y en colectivo.

En términos de invertir en iniciativas económicas rentables y sostenibles, esto pudiera parecer una contradicción. Por un lado se tienen mujeres emprendedoras individuales que cuentan con sus microempresas –que de alguna manera generan ingresos- y por tanto se demuestra la capacidad emprendedora necesaria para que un negocio funcione, a pesar de lo cual no acceden a los beneficios de las donaciones, aún siendo microempresas de subsistencia que no tienen en la práctica posibilidades de generar capital propio para mejorar o ampliar sus actividades.

- La mayor dificultad evidenciada por todas las participantes para la sostenibilidad de las iniciativas, es el acceso a los mercados. En las empresas asociativas el problema también genera dificultades de relación al interno de la iniciativa, ya que son pocas las productoras que también asumen como responsabilidad propia la venta. En el caso de las productoras individuales, todas ellas implicadas activamente en la venta de sus productos, a pesar de ello y de años de experiencia en muchos casos, el mercado se plantea siempre como la mayor dificultad. En la opinión de las investigadoras, es cierto que asumiendo colectivamente en la empresa la obligación de vender se puede mejorar el acceso al mercado. Sin embargo no se puede obviar que las empresarias son mujeres que tienen experiencia y se mueven en un entorno de mercado local de escaso poder adquisitivo, productos de consumo básico y reducido valor añadido, y no han podido desarrollar habilidades propias para acceder a mercados más exigentes.

Son escasas las organizaciones que realizan un apoyo decidido al tema del mercado, más allá de proporcionar o gestionar espacios de venta puntuales en ferias o eventos de diverso tipo o algunos contactos comerciales. Las organizaciones pueden apoyar proporcionando contactos, pero después las mujeres han de saber como gestionar esos contactos, atenderlos, negociarlos y darles seguimiento. Todas estas habilidades no se desarrollan rápidamente y simplemente a base de capacitaciones, sino que requieren de un apoyo decidido y sostenido, con inversión de tiempo, capital y personal técnico especializado.

- Se detecta además como una limitante la brevedad de los apoyos que dan la mayoría de las organizaciones, excepto en este caso los programas de microcrédito, que pueden llegar a cinco años o más, o el apoyo desde las redes, en particular de comercialización. Las limitaciones evidenciadas en todas las iniciativas, respecto al manejo empresarial y administrativo, los conocimientos técnicos o las habilidades para acceder al mercado y la atención a la clientela, requieren de apoyos sostenidos, cercanos y cotidianos, es decir, inversiones de tiempo y recursos a largo plazo. Particular necesidad existe en este caso en el tema de las empresas asociativas para apoyar también la organización interna y la resolución de conflictos.

- En general todas estas iniciativas tienen una dependencia grande de recursos financieros externos, dado que en muchos casos los proyectos nacieron con financiamiento insuficiente para cubrir las necesidades de la empresa, particularmente para generar condiciones que posibiliten la obtención de registros y certificaciones oficiales, condición para la comercialización en mercados más restrictivos y de mayor valor añadido.
- Existen algunas experiencias de articulación de las iniciativas con el entorno local y las cadenas productivas del territorio. A pesar de ello, en numerosas ocasiones las iniciativas nacen de forma independiente, sin tener en cuenta los procesos en marcha. Las acciones locales individuales, descoordinadas, no pueden competir mínimamente con las capacidades de las grandes empresas, ni atraer inversión de forma estable; únicamente la suma y la complementariedad de capacidades, aprovechando las características diferenciales de lo local, pueden hacer frente a este reto.
- No se han detectado procesos estables de articulación o encuentro de las distintas organizaciones de mujeres, en particular feministas, para intercambiar experiencias o desarrollar estrategias conjuntas de apoyo a las iniciativas. Cada una trabaja por su lado, aprende de sus propios errores -pero comete muchas veces errores que las demás ya cometieron-, ya que no hay espacios de intercambio o de discusión. Incluso existen organizaciones que apoyan conjuntamente la misma iniciativa, en particular en el caso de las empresas asociativas nacidas en el seno de organizaciones locales de mujeres.

En este sentido, varias de las mujeres entrevistadas expresaron su malestar por los sectarismos de que son víctimas en relación al apoyo que reciben como mujeres empresarias organizadas. Esto es frecuente en relación a las alcaldías, donde excepto en algunos casos como Tejutepeque, son apoyadas en la medida que "acatan" o se alinean con el partido en el gobierno. Otras manifestaron que este sectarismo se expresa en algunos casos también desde las organizaciones promotoras, que consideran a las mujeres a las que apoyan su "población cautiva" y limitan en lo posible su relación e interlocución directa con otras organizaciones de mujeres.

Sobre el impacto en la vida de las mujeres

- Uno de los retos principales que siguen afrontando las mujeres empresarias, tanto aquellas individuales como colectivas, es la sobrecarga de trabajo que determina dobles y triples jornadas. Los esfuerzos de las organizaciones han estado enfocados a promover la corresponsabilidad del trabajo doméstico a

partir del fortalecimiento de la conciencia de género de las mujeres, para que de este modo ellas demanden mayor participación de la pareja y de los hijos e hijas en las tareas del hogar. En este sentido se detectan algunos avances importantes en cuanto a la incorporación de algunos miembros de la familia al trabajo doméstico, en particular hijas e hijos, pero todavía la responsabilidad del hogar está fundamentalmente a cargo de las mujeres.

- En algunos casos, esto determina que las mujeres, en particular aquellas que forman parte de empresas asociativas que no trabajan de forma permanente (sino sólo sobre orden previa) está en cuanto a la priorización del trabajo doméstico frente a la actividad productiva, ya que al asumir la actividad productiva como complementaria, van a producir no cuando deben, sino cuando pueden, lo cual genera conflictos en el grupo de productoras y puede repercutir negativamente en el acceso a los mercados.
- Ya en los 90 varias organizaciones se planteaban la necesidad de integrar medios para reducir la carga doméstica de las mujeres como clave para asegurar que las mujeres tengan suficiente tiempo para dedicarse al proyecto, minimice en lo posible el aumento de la explotación de la fuerza de trabajo de las mujeres a causa del propio proyecto, las capacitaciones y las reuniones. Si esto no se toma en cuenta, la participación en la empresa puede tener efectos negativos tanto sobre la salud de las mujeres, la salud y el bienestar de la familia, y sobre la propia organización, que se debilita. Ya en aquel entonces esta sistematización señalaba que “... *reducir la carga de trabajo debe de empezar desde el principio de la intervención*” (Bucher: 1996). Sin embargo, más allá de los esfuerzos iniciales realizados por algunas de las organizaciones en la época de los 90, enfocados en la instalación de molinos o guarderías, en la actualidad las acciones complementarias de apoyo de las organizaciones en este sentido brillan por su ausencia.
- En cuanto a la generación de conciencia social que facilite la participación de las mujeres en la actividad productiva y empresarial, algunas organizaciones, en particular la MES como organización mixta de ámbito local, han trabajado el tema de la generación de conciencia en los hombres para que faciliten y apoyen el desarrollo empresarial de las mujeres. A nivel de las organizaciones feministas este trabajo es menos frecuente, aunque cada vez mayor y centrado en la generación de voluntades positivas en el entorno local (alcaldía, adescos, instituciones públicas) para que apoyen las empresas femeninas. A pesar de ello uno de los retos principales planteados es 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.

Sobre el impacto en la generación de ingresos y el empoderamiento de las mujeres

Ya Bucher en 1993 señalaba que de 17 organizaciones del país, con programas de microcréditos, solamente dos de ellas mencionaron como logro la generación de ingreso, mientras que para la mayoría de las Ongs entrevistadas en ese caso “no parece que los proyectos productivos de mujeres estén generando ingreso de forma significativa”. Los casos analizados destacaron que el incremento de las ventas y las ganancias experimentado por cerca de la mitad de las empresarias encuestadas, como un impacto significativo de los programas analizados; sin embargo estas ganancias siguen siendo en la mayoría de los casos marginales y no permiten a las mujeres salir de la marginalidad, la inseguridad, la informalidad y la subsistencia. El empoderamiento económico de las mujeres siguen siendo el lado de la balanza con menos peso y sobre el que hay que seguir repensando estrategias de mayor impacto y sostenibilidad.

Bucher (1996) menciona algunas capacidades que las mujeres han de desarrollar para posibilitar su empoderamiento¹⁸¹ en un proyecto enfocado a la generación de ingreso, tanto individuales como colectivas. En este cuadro se han sintetizado incluyendo algunos componentes derivados de la experiencia personal de las autoras.

Cuadro No. 8.29. Capacidades a desarrollar para promover el empoderamiento de las mujeres en un proyecto de generación de ingreso

Capacidades	Expresión
Individuales	Capacidad de participar, expresarse en público con habilidad. Capacidad de visibilizar sus aportes, contribuciones y derechos. Capacidad de identificar, legitimizar y solucionar intereses. Capacidad para conocer, manejar y proyectar el negocio.
Grupales	De organizarse: trabajar en conjunto para una meta común. De negociar: alcanzar soluciones comunes, llegar a acuerdos. Funcionar como grupo: ambiente de confianza, tolerancia, solidaridad, visión común. De prevenir y resolver conflictos: mecanismos de transparencia y rendición de cuentas.

Fuente: Elaboración propia a partir de Bucher 1996.

¹⁸¹ Aunque la autora lo enfoca a los programas de crédito, se asume que esto es aplicable a cualquier proyecto colectivo enfocado en la generación de ingreso.

Las mujeres que participan hoy en iniciativas empresariales están desarrollando capacidades individuales y grupales. De particular evidencia es el desarrollo de habilidades de expresión pública y comunicación, que van permitiendo a las mujeres establecer otras relaciones con el entorno, así como visibilizar sus aportes y sus contribuciones, tanto a nivel de la empresa como de sus hogares.

Existe una mayor conciencia sobre sus derechos a partir de la reflexión colectiva en los grupos de mujeres y de los procesos de concienciación y capacitación en género, la cual, unida a los ingresos que ahora aportan en sus hogares, ha permitido que muchas de ellas incrementen sus niveles de decisión dentro del hogar y autonomía física para moverse solas¹⁸².

También cabe destacar avances en cuanto al ejercicio de la corresponsabilidad familiar en el trabajo doméstico, aunque todavía estas tareas son principalmente responsabilidad de las mujeres y suponen una sobrecarga diaria al sumarse a las actividades productivas y las de participación pública.

Nuevamente las mujeres valoran el espacio de trabajo colectivo no sólo como una oportunidad económica sino como oportunidad para estar juntas, “desconectarse” de la rutina y los problemas diarios, hablar sobre sus preocupaciones o reflexionar sobre sus derechos. Este aspecto positivo se puede convertir sin embargo fácilmente en un problema si los grupos no establecen claramente las reglas del juego internas y mecanismos ágiles y cercanos de resolución de conflictos.

A pesar de que todas las mujeres valoran muy positivamente los pequeños ingresos que sus iniciativas les generan, todavía existen limitadas capacidades para conocer, manejar y proyectar sus negocios, en particular en cuanto a la administración de las empresas, la transparencia en las iniciativas asociativas y el acceso al mercado para todas ellas. El déficit de transparencia y rendición de cuentas es una de las causas más frecuentes de conflicto, donde muy pocas organizaciones han desarrollado hasta la fecha mecanismos claros que permitan resolver dificultades en relación al manejo de los recursos.

Las iniciativas productivas agropecuarias se enfocan en la práctica al autoconsumo y las mujeres que participan en este tipo de proyectos son las que han experimentado menos impacto en términos de empoderamiento tanto económico como social, dado que son actividades que se insertan en gran medida en los roles tradicionales de las mujeres.

¹⁸² Pese a los avances en la capacidad de las mujeres para expresar y demandar sus derechos, existe todavía necesidad de profundizar los niveles de conciencia y de capacidad de decisión de las mujeres dentro del hogar, en particular en relación a la violencia que sufren muchas de ellas dentro de sus familias.

Sobre las estrategias implementadas y su correspondencia con modelos alternativos.

¿Están estas estrategias promoviendo relaciones económicas diferentes, alternativas al modelo económico neoliberal que promueve el individualismo, el lucro como fin último y la competencia agresiva entre las personas y las empresas? Esta no es una pregunta fácil de responder. En la mayoría de los casos, a excepción de las empresas asociativas y las redes, lo que se encuentran son algunos rasgos de economía social o solidaria, más allá de ser propuestas alternativas al modelo económico imperante.

En cuanto a los programas de microcréditos se puede plantear que este tipo de programas cuentan con componentes que refieren a economía social o solidaria, no sólo porque se enfocan en promover la generación de excedentes sino sobre todo a mejorar la vida de las mujeres. De esta manera promueven la creación de espacios colectivos a través de los cuales se demuestra que se favorecen las relaciones de solidaridad e intercambio entre las mujeres. Incluso en los grupos solidarios de crédito, donde las empresarias son individuales, las mujeres identifican los lazos de solidaridad que se crean, -algunas mujeres se ayudan entre sí para producir y para vender-, y la posibilidad de contar con espacios de esparcimiento propio que permitan a las mujeres salir de su rutina diaria. Sin embargo, cuando se trata de los recursos, estos son vistos de forma totalmente individual, y se pierde la oportunidad de promover el ahorro colectivo, como sistema para que los grupos solidarios puedan avanzar e incrementar su autonomía.

Las estrategias analizadas hacen poca incidencia en la promoción de relaciones de cooperación entre las mujeres empresarias, que podrían favorecer al colectivo en la compra de insumos o el acceso al mercado; tampoco se han evidenciado esfuerzos significativos por sacar a las mujeres de la marginalidad y la informalidad y promover relaciones distintas entre estas y sus proveedores o entre estas y el mercado.

En los proyectos productivos individuales, la situación sería similar en cuanto se generan espacios colectivos de intercambio de ideas entre mujeres y se promueve además el autoconsumo como base para la seguridad alimentaria. Sin embargo, en este tipo de proyectos el nivel de empoderamiento alcanzado es mucho más limitado, porque normalmente son proyectos que no rompen con los estereotipos de género, la generación de excedentes es marginal y por tanto en pocos casos incrementan el poder de las mujeres.

Entre los elementos de economía solidaria que se han evidenciado está la preocupación por minimizar el uso de químicos y el impacto en el medio ambiente, así como favorecer la recuperación de las semillas locales, como riqueza propia de las comunidades.

Entre los modelos presentados que se asimilan más a las premisas planteadas por la economía social se encuentran las empresas asociativas, donde todo es colectivo, desde los medios de producción hasta los beneficios de la actividad. En algunos casos, estas actividades además retribuyen aunque sea mínimamente a las asociaciones de mujeres de las que forman parte, contribuyendo de esta manera al fortalecimiento del colectivo de mujeres más allá de las integrantes de la empresa.

En cuanto se trata de grupos de mujeres, se enmarcarían plenamente en lo que en apartados anteriores se denominó empresas de economía solidaria, dado que son asociaciones de personas y no de capital, donde la propiedad de los medios de producción es colectiva, teóricamente el poder de las personas es igual –las decisiones son colectivas- y además la distribución de excedentes es aproximadamente proporcional al trabajo realizado en actividades de la empresa. Obviamente todas estas premisas cuentan con sus limitaciones reales, determinadas por el tipo de liderazgos dentro del grupo, el nivel de organización o la valoración del tiempo invertido en la empresa por algunas integrantes al participar en capacitaciones o reuniones de diverso tipo.

Estas empresas están enfocadas en los fines que plantea la economía solidaria, y pretenden poder garantizar trabajo justo para un número lo mayor posible de mujeres. Se asume además que las relaciones sociales de producción son de cooperación y no de competencia. Sin embargo, por ser iniciativas que rompen con el modelo tradicional culturalmente asumido, son muy pocas las que sobreviven, una vez terminan los proyectos que las apoyan.

Ahora bien, la teoría está lejos de la práctica en muchos casos y estas iniciativas no sólo tienen que enfrentarse a deficiencias estructurales en cuanto a equipamiento, capital o capacidades sino también a patrones culturales que no favorecen el trabajo colectivo y que restringen en gran medida la participación de las mujeres. En este sentido parece evidente que es necesario trabajar mucho más en establecer acuerdos y compromisos claros de trabajo antes de comenzar el proyecto común, y consensuar expectativas realistas sobre el posible impacto del mismo.

En este aspecto cabe mencionar, la experiencia de la Red de Comercialización que trata de profundizar estos rasgos de economía solidaria, creando lazos de intercambio y solidaridad entre diferentes empresas asociativas, en cuanto a sus especificidades productivas como a su localización. En este sentido una experiencia que cuestiona el actual modelo de relación entre instituciones y grupos de mujeres tiene que ver con la decisión colectiva sobre el reparto de los recursos gestionados, así como el esfuerzo existente por redistribuir los excedentes generados, de forma equitativa entre la producción y la comercialización, frente al modelo neoliberal actual que potencia fundamentalmente el mercado en detrimento de la producción.

Entre las instituciones promotoras, con una función social clara de trabajo por los derechos de las mujeres, una de las dificultades que se expresan en el discurso de muchas organizaciones es el enfoque de rentabilidad económica de las empresas que promueven, por el miedo a “hacerle el juego al sistema capitalista”. Es decir, el Estado no asume su responsabilidad de generar empleos y promueve el autoempleo, y las ONGs en la práctica también con estos programas promueven el autoempleo, entonces la pregunta que surge es ¿se le está haciendo juego al sistema? La cuestión se centra en combinar toda a demanda de responsabilidad del Estado e insistir en la incidencia política, mientras que al mismo tiempo se va dando respuesta a la urgencia por la sobrevivencia y la autonomía económica que demandan las mujeres.

Para terminar, una de las debilidades en el caso de El Salvador es la escasez de propuesta o redes articuladas de economía solidaria y de espacios de discusión en torno al tema, aunque sin duda la discusión sobre la temática está aumentando.

7. Retos planteados y algunas reflexiones para seguir

La gama de programas y de experiencias concretas analizadas en esta investigación ha sido muy amplia. Sin pretender agotar la discusión o plantear propuestas terminadas, a continuación se plantean algunos retos y reflexiones para contribuir al debate sobre las iniciativas generadoras de ingreso de las mujeres y las estrategias que las organizaciones del Movimiento de Mujeres desarrollan versus la sostenibilidad económica de las mismas y el impacto en el empoderamiento de las mujeres participantes.

En cuanto a la coordinación en el Movimiento de Mujeres

En primer lugar se plantea urgente que las organizaciones del Movimiento de Mujeres y feministas establezcan canales de comunicación y coordinación entre ellas, para intercambiar experiencias, analizar resultados, compartir dificultades y aprender una de otras. Esta necesidad de intercambio tendría diversas ventajas e intereses; en primer lugar aprender de las experiencias de otras para evitar caer en los mismos errores, compartiendo también con las demás como superar las dificultades; evitar la duplicación de esfuerzos de varias organizaciones en el mismo territorio, que a veces están incluso apoyando a las mismas organizaciones de mujeres; complementar esfuerzos y generar mayores sinergias ya que por ejemplo las organizaciones que otorgan créditos se podrían articular con aquellas que apoyan empresas asociativas de mujeres para que tengan acceso favorable al crédito; a partir de la discusión y el análisis colectivo, desde experiencias cercanas pero distintas, sin duda sería más fácil aproximar estrategias que incidan en mejor medida en el objetivo de la autonomía económica y el empoderamiento de las mujeres.

El tema de la coordinación y el intercambio resulta clave además para enfocar colectivamente el tema de la incidencia política nacional y local a favor de los derechos económicos de las mujeres, en particular de las mujeres empresarias de escasos recursos, que tienen en la práctica mínimo apoyo institucional del nivel nacional y, aunque en algunos casos algo mayor, también muy reducido en el nivel local. Sería entonces oportuno que las organizaciones estudiadas trabajaran puntos de agencia común para la incidencia política en torno a temas de preocupación colectiva como por ejemplo el acceso al crédito, el reconocimiento de las empresas asociativas o la existencia de una legislación específica en materia de las empresas de economía social y solidaria, tal como sucede en Honduras.

El conocimiento y los indicadores

Continuar investigando y tratando de evaluar el impacto de este tipo de programas que incentivan la generación de ingreso para mujeres es otro de los retos planteados. En este sentido, es necesario reforzar los sistemas de medición de impacto de estas estrategias en la vida de las mujeres, no sólo a nivel económico sino social, político, familiar y cultural.

En este sentido resulta urgente promover de forma más sistemática la elaboración de líneas de base que permitan conocer la situación de partida de las empresarias, antes de participar en los programas de apoyo, para poder evaluar, más allá de lo que exigen los proyectos, la evolución y los avances en el empoderamiento de las participantes.

Queda el reto de enfocar también los estudios para analizar el impacto en el desempoderamiento de las mujeres derivado del fracaso económico de muchos proyectos; en particular para aquellos financiados por crédito, cuyo fracaso tiene el efecto de empeorar la condición de las mujeres, ya que para pagar su crédito tienen que afectar negativamente la alimentación familiar, incrementar sus horas de trabajo o acudir a prestamistas usureros (Bucher, 1996:6). Este problema se ha destacado particularmente en el caso de las mujeres beneficiarias de créditos agrícolas, donde el resultado económico final de la producción está sujeto a las inclemencias ambientales.

Así mismo, que el conocimiento que se fomente, no esté reducido al mejoramiento de las iniciativas económicas, sino que cree las condiciones para la reflexión y proposición de modelos económicos alternativos, más equitativos, políticas públicas de apoyo a la pequeña producción local.

Las iniciativas que se apoyan y su acceso al mercado

Las actividades de análisis y factibilidad previas son todavía débiles en el marco de los procesos económicos que las organizaciones de mujeres apoyan. Por lo tanto es

fundamental reforzar este tipo de actividades que, aunque no son la panacea, pueden servir para clarificar y ajustar expectativas en cuanto a su posible impacto en términos de ingreso, salarios o puestos de trabajo. Estos estudios han de comprender no sólo la factibilidad económica y de mercado sino también la factibilidad social, entendida en este caso como la posibilidad de las mujeres de participar activamente en los mismos en un entorno comunitario determinado.

Un elemento que es necesario comenzar también a considerar es el impacto ambiental de la producción que se apoya, que si bien normalmente es muy reducido dado el pequeño tamaño de las actividades que se desarrollan, tiene también que ver con la recuperación y la conservación de recursos naturales, patrimonio de las comunidades.

La innovación y la creatividad son claves para poder acceder a un espacio en el mercado y facilitar que el negocio de las mujeres sea rentable. Conviene entonces revisar el tipo de iniciativas que las organizaciones de mujeres apoyan, evitando replicar siempre el mismo tipo de actividades que muchas otras organizaciones ya desarrollan, buscando en lo posible nichos de mercado no saturados y promoviendo estrategias para incrementar el valor añadido de los productos con el objetivo de que las mujeres accedan a remuneraciones más justas. Para todo ello trabajar en red sin duda suma posibilidades que no son accesibles a las iniciativas en términos individuales.

Los programas de formación y capacitación empresarial

Resulta también necesario revisar los programas de capacitación en administración y gestión empresarial para hacerlos más cercanos a la realidad concreta de las mujeres, sus niveles educativos y las capacidades progresivas de aprendizaje. Urgente en este caso se plantea, desarrollar programas sostenidos de alfabetización matemática que acerquen el uso y el manejo básico de los números a la cotidianidad de las mujeres.

De la misma manera es necesario hacer un esfuerzo mayor para que las mujeres puedan ser “dueñas” en mayor medida de sus empresas. Es cierto que muchas mujeres empresarias llevan adelante sus negocios a base de la experiencia y trabajando “de cabeza” aunque no es menos cierto que esta limitación determina en gran medida que las empresas no puedan salir de los márgenes de la informalidad y la subsistencia. Se trata entonces de realizar un esfuerzo mayor en que las mujeres emprendedoras, desarrollen las habilidades y capacidades básicas para calcular un costo de producción, márgenes de venta y pequeños balances económicos.

Los procesos de concienciación de género y el fortalecimiento del Movimiento de Mujeres

Este es un componente clave para que la generación de ingresos en el caso de las mujeres, pueda convertirse en un factor de autonomía personal y empoderamiento. En

muchos casos la participación de las mujeres está limitada por la doble y triple jornada que deben asumir para llevar adelante sus empresas y asegurar el trabajo reproductivo; lo cual limita a muchas de ellas también a participar más activamente en espacios organizativos femeninos y comunitarios. En este sentido es necesario desarrollar metodologías innovadoras.

Algunas de las empresas asociativas, cuando se reúnen, a la vez de realizar sus actividades productivas, charlan y reflexionan sobre temas concretos previamente programados relacionados con sus derechos o con las dificultades que deben de afrontar por el hecho de ser mujeres. Una posibilidad concreta en este caso sería la de elaborar material audiovisual en formato digital para que las mujeres lo estén escuchando a la vez que trabajan, y se genere la discusión colectiva.

Como resultó evidente en el sondeo realizado, las empresarias individuales son aquellas que participan en menor medida en espacios comunitarios u organizativos, en parte porque para ellas la principal actividad es la venta que les ocupa buena parte de la jornada. Para estas mujeres pero también para aquellas que trabajan en colectivo, es necesario que las organizaciones promotoras articulen estrategias de incidencia comunitaria, local y nacional que “enganchen” la lucha de los derechos de las mujeres en todos los ámbitos con el apoyo concreto a las iniciativas empresariales que las mujeres desarrollan.

Por el pequeño número de mujeres que participan en estas iniciativas, su impacto más importante puede ser el aprendizaje sobre procesos económicos, por lo que habría que promover mecanismos para incorporar las experiencias a toda la organización y convertirse en reivindicaciones, propuestas de desarrollo y políticas públicas.

El acceso de las mujeres a las nuevas tecnologías

La tecnología es sin duda un elemento estratégico en tiempos de la globalización. A pesar de ello la promoción del acceso y el uso de las tecnologías de la comunicación es muy escasa en las estrategias analizadas. La mayoría de las mujeres encuestadas no usan computadoras y mucho menos acceden a los recursos de Internet o del correo electrónico, aunque la mayoría de sus hijos e hijas ya lo hacen. Evitar que siga creciendo la brecha tecnológica entre hombres y mujeres, y sobre todo entre el campo y la ciudad, es central para disminuir las brechas de inequidad existentes en el acceso a recursos de todo tipo en el mundo globalizado. De esta manera se plantea la urgencia de desarrollar estrategias que faciliten a las mujeres empresarias el acceso y el uso de las computadoras, particularmente los programas de cálculo tipo Excel y al uso de Internet. Establecer convenios de colaboración y acuerdos con instituciones educativas e infocentros puede ser una alternativa para favorecer la adquisición de éstas habilidades y que las mujeres puedan acceder a ellas de forma más cotidiana.

Atreverse a acceder a mercados no tradicionales

Atreverse a acceder al mercado, pero poniendo todos los esfuerzos que este plantea en términos de calidad y tiempos. La experiencia de la Red de Comercialización demuestra que es posible acceder a mercados de mayor valor añadido y remuneración, que permiten además incrementar la retribución económica a las productoras. Un reto en este sentido es trabajar más y mejor en términos de calidad de los productos, en particular en cuanto a registros sanitarios, certificaciones ambientales y de comercio justo, que cualifican los productos, abren nuevos mercados y elevan su valor.

Articulación con el entorno local, cadenas productivas, redes solidarias

La articulación es una estrategia fundamental para que las empresas de mujeres analizadas puedan seguir adelante y salir de la marginalidad, la informalidad y la subsistencia en la que se encuentran, ya que difícilmente pueden salir adelante solas en un entorno de competencia masiva con las grandes empresas transnacionales. Esta articulación, en el caso de las mujeres es doblemente importante, por cuanto sus empresas se enfrentan a mayores dificultades por razones de su condición y posición de género.

La articulación ha de ser a varios niveles y enfocada en los diversos aspectos productivos y de gestión. A nivel del territorio, por ejemplo, la inclusión de las empresas de las mujeres en las cadenas productivas locales y los procesos de desarrollo económico local es un reto para superar el aislamiento actual, visibilizar el aporte y la participación de las mujeres en el desarrollo económico local de los territorios y lograr que éstas tengan un mayor acceso a recursos y apoyos tanto del sector público como del privado. La incorporación de las empresas de las mujeres en los procesos de desarrollo económico local, contribuirían tanto a la sostenibilidad económica de la empresa, como a promover conciencia social en el entorno comunitario y municipal, que faciliten la participación de las mujeres en las actividades productivas y empresariales. En este sentido es importante conocer los recursos con los que cuenta el territorio, tanto ambientales, humanos, de comunicación, institucionales, y acceso a tecnologías entre otros. Para que esta articulación sea posible, es necesario fortalecer de forma urgente los estudios previos de factibilidad económica, social y ambiental de las empresas, así como los estudios de mercado. Para ello, dado que las organizaciones promotoras frecuentemente cuentan con escasos recursos para este tipo de actividades, es posible realizar alianzas con instituciones de investigación y universidades que pueden apoyar en este aspecto.

La estrategia de redes se presenta como una oportunidad en el contexto de la globalización, para fortalecer las empresas y optimizar el uso de los recursos, pudiendo

acceder colectivamente a apoyos técnicos especializados que suplen carencias estructurales que afectan negativamente al desarrollo de las mujeres empresarias y sus negocios (bajo nivel educativo, desconocimiento de los mercados y sus estrategias...). Particularmente en el caso de los proyectos financiados por la cooperación, más allá de las "modas", las redes se proponen como una estrategia de ampliación de impactos, intercambio permanente de experiencia y promoción de vínculos de solidaridad entre las empresarias.

Aliviar la carga doméstica de las mujeres

De las encuestas realizadas se deduce que ha habido avances importantes en cuanto al incremento de la corresponsabilidad familiar en el trabajo doméstico en algunas familias, una vez que las mujeres se han incorporado a sus procesos empresariales. Estos se dan sobre todo en las generaciones siguientes (hijos, hijas, nietos y nietas) pero en menor medida en las parejas, y a pesar de todo, las tareas domésticas y del cuidado siguen siendo principal responsabilidad, tanto a nivel práctico como social, de las mujeres. Es por esto que resulta urgente que las organizaciones retomen estrategias y acciones concretas de alivio de la carga doméstica. Estas estrategias deben tener en cuenta criterios de sostenibilidad económica y social de las mismas, para evitar repetir situaciones pasadas en la que este tipo de actividades se cerraban una vez terminaba el apoyo financiero del proyecto. Se trataría de buscar actividades de alivio que a su vez puedan generar ingresos para las mujeres que las manejen, como pudieran ser por ejemplo las lavanderías automáticas, entendidas como servicio a las productoras y como venta del servicio para la población de la zona.

Promover la producción y el comercio justo, solidario y ambientalmente responsable.

En primer lugar es necesario "perder el miedo" a asumir la rentabilidad económica como un componente fundamental de los procesos de desarrollo empresarial de las mujeres, sin que esto signifique rendirse ante el neoliberalismo y el actual modelo de mercado. La rentabilidad económica, entendida como el deseo y el derecho de las mujeres a contar con iniciativas económicas y empresariales que les generen ingresos dignos, justos, y les permitan superar la permanente precariedad en la que viven tanto ellas como sus familias. Rentabilidad económica que tiene que estar necesariamente unida al desarrollo de conciencia de género en las mujeres a partir de la cual sean dueñas de los recursos que generen y del impacto de estos en sus vidas.

En segundo lugar se plantea la necesidad de abordar de manera más profunda tanto dentro de las propias organizaciones como dentro del movimiento debates profundos que clarifiquen conceptos sobre lo que cada una entiende por economía solidaria, el

tipo de modelo económico que se quiere promover y su correspondencia o no con los procesos empresariales que se apoyan. En este sentido, subrayando la necesidad y la importancia de la existencia de programas de crédito accesibles para las mujeres, cabe reflexionar sobre cómo estos programas -donde el componente económico es individual y se inserta en estrategias de mercado tradicionales-, pueden incluir estrategias que incentiven aspectos de economía solidaria en la producción, compra, venta o el ahorro colectivo, cuestionando de esta manera no sólo la subordinación femenina sino también el modelo económico actual; tratar entonces de alguna manera en que los beneficios económicos individuales puedan tener un impacto también colectivo.

En el caso de las empresas asociativas, que corresponden en mayor medida a las premisas de la economía solidaria, el reto está en primer lugar en poder medir e incentivar la capacidad emprendedora de las mujeres participantes como factor clave para que las iniciativas salgan adelante. En segundo lugar se trata de ver como se puede fortalecer la conciencia y el empoderamiento colectivos en una sociedad donde prima el individualismo y en contextos donde la prioridad cotidiana para muchas mujeres, es la supervivencia de sus familias. Es aquí donde las estrategias de las organizaciones del Movimiento de Mujeres han de poner mayores energías en promover la rendición de cuentas al interno de las asociaciones de mujeres y sus empresas, así como fortalecer los mecanismos de transparencia interna.

Cabe señalar que se ha de poner mayor esfuerzo en revalorizar social y económicamente la producción frente a la comercialización, disminuyendo las cadenas de intermediación y acercando a las productoras a la población consumidora. En este sentido un reto colectivo no sólo entre las organizaciones de mujeres y feministas sino también con instituciones y organizaciones mixtas tiene que ver con promover campañas de concienciación a la población donde se revalorice el consumo de la producción nacional, local y comunitaria, el trabajo de las micro y pequeñas empresas y se promueva el consumo solidario y ambientalmente sostenible.

Son muchos los retos que el contexto actual de globalización neoliberal plantea para la sostenibilidad de los esfuerzos desarrollados de las organizaciones promotoras de mujeres y feministas y para el avance de las empresas de las mujeres, superando la marginalidad en la que se encuentran actualmente. Trabajar en red, articularse, unir fuerzas y compartir experiencias superando celos institucionales será sin duda la mejor estrategia para hacer realidad los sueños de autonomía económica y empoderamiento de las mujeres de nuestro país.

Anexos.

Cuadro No.8.30. Debilidades de los programas de crédito hacia mujeres identificados por Bucher 1996

Aspecto considerado	Limitaciones identificadas el pasado	Valoraciones actuales
Impacto en la vida de las mujeres y sus negocios	<p>Créditos de sobrevivencia y de corto plazo: limitado impacto, las mujeres no pueden ampliar sus negocios y generar más ingresos.</p> <p>Las mujeres han de consultar al marido para actuar.</p> <p>Las mujeres no invierten el préstamo en lo solicitado.</p> <p>Falta de mecanismos de verificación de si las mujeres son las que están utilizando los créditos.</p> <p>Asistencialismo y dificultad de las organizaciones para cobrar.</p>	<p>Créditos de sobrevivencia, corto plazo y limitado impacto.</p> <p>Mayor conciencia de género en las mujeres (MAM)</p> <p>Una parte del préstamo se invierte en el negocio y otra parte para cubrir necesidades del hogar.</p> <p>Mecanismos de verificación grupales sobre el uso del crédito.</p> <p>Dificultad de las organizaciones para cobrar a las mujeres.</p>
Componentes del programa	<p>Falta de políticas en los programas que promuevan la conciencia de género en las mujeres.</p> <p>Falta de capacitaciones previas al crédito.</p> <p>Falta de personal capacitado para el manejo del crédito.</p> <p>Falta de asistencia técnica.</p>	<p>Énfasis importante en la promoción de la conciencia de género de las mujeres (MAM)</p> <p>Capacitaciones previas al crédito</p> <p>Especialización del personal en el manejo de la cartera.</p> <p>Incremento de la asistencia técnica para el manejo de la empresa aunque</p>
Sostenibilidad de la cartera	<p>Déficit en el manejo de la cartera: mecanismos institucionales débiles.</p> <p>Programas financieramente insostenibles.</p>	

Fuente: elaboración propia a partir de Bucher (1996)

Bibliografía

- Asociación de Mujeres por la Dignidad y la Vida. (2000). *Sueños y realidades, la experiencia de capacitar mujeres en oficios no tradicionales*. San Salvador, Ed. Las Dignas.
- Asociación de Mujeres por la Dignidad y la Vida. (1993). "Los proyectos productivos y la autonomía económica de las mujeres". En *La Experiencia de Mujeres por la Dignidad y la Vida en el desarrollo de proyectos productivos con y para las mujeres*. Colección Debate, San Salvador.
- Asociación Mérida Anaya Montes (2003): Informe de evaluación de impacto.
- Asociación Mérida Anaya Montes (2003): Sistematización
- Benería, Lourdes. 2002, "*Shifting the risk, new employment patterns informalization, and women's work*". Ed. PRIGEPP, Argentina.
- Bonder, Gloria. 2002: "Globalización y género. Dimensiones económicas, políticas, culturales y sociales. Tensiones, reacciones y propuestas emergentes en América Latina", Unidad N° 3, Seminario PRIGEPP-FLACSO, Buenos Aires.
- Bucher, Debbie. 1996. *Crédito y empoderamiento: un estudio de caso en El Salvador*. Instituto de Investigación, Capacitación y Desarrollo de la Mujer, IMU. El Salvador.
- Camacho, Patricia y otros. 2000. *Elementos orientadores para la gestión de empresas asociativas rurales EMARs*. Ed. Plataforma Regional Andina, Ruralter. Quito, Ecuador.
- Central de Mujeres Campesinas. 2004. *Mujeres emprendedoras del futuro: compartiendo sueños y desafíos para construir una vida mujer*. Ed. CMC. El Salvador.
- Fuertes Medina, Patricia. 2004. Estudio del impacto de los Bancos Comunes del Movimiento Manuela Ramos en Puno y San Martín, 1997-2003. México.
- Fundación Nacional para el Desarrollo. 2007. *Mujeres y Desarrollo Económico Local*. Versión borrador, pendiente de publicación. FUNDE. San Salvador.
- Gil de San Vicente, Iñaki. 2000. "Capitalismo y emancipación nacional y social de género". 1ª edición electrónica en Internet por la Red Vasca Roja el 4/01/2001. También, disponible en: <http://www.rebellion.org/mujer.htm> .
- Instituto de Estudios sobre Desarrollo y Cooperación Internacional, HEGOA 2007. *Términos de referencia de profesorado para curso de desarrollo económico local*. Universidad del País Vasco, Bilbao.
- XXX. 1997. "Movimientos sociales y feminismo". En Montenegro, Sofia (Coordinadora publicación). *Movimiento de Mujeres en Centroamérica.* Programa Regional La Corriente: Managua, Nicaragua
- Laguna Morales, Marcela. 1999. Proyectos y actividades económicas y productivas -Ahorro y Microcrédito- Lecciones aprendidas. Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados ACNUR-Comitán de Domínguez, Chiapas, México.
- Lara, Edgar. 2006 "Panorama General de la Situación del Empleo". En *Mujer y Mercado*

Laboral en EL Salvador. El Salvador. Ed. FUNDE y ORMUSA.

Molyneaux, Maxine. 1998. "Análisis de los movimientos de mujeres". Cap.5 en *Movimientos de Mujeres en América Latina*, estudio teórico comparado. Ed. Feminismos.

Moser, Carolina. 1991. "La planificación de género en el tercer Mundo: enfrentando las necesidades prácticas y estratégicas de género". En Guzmán, Virginia; Portocarreño, Patricia y Vargas, Virginia (Compiladoras). *Una nueva lectura: Género en el Desarrollo*. Flora Tristan Ediciones: Perú.

Pollack, Molly. 1998. *Incorporación del enfoque de género en los proyectos productivos de la CEPAL*. Unidad de Mujer y Desarrollo, Comisión Económica para América Latina y el Caribe, CEPAL, Santiago de Chile.

Renzi, María Rosa. 2004. *Perfil de género de la economía del istmo centroamericano (1990-2002). Consideraciones y reflexiones desde las mujeres*. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD, Managua.

Páginas web consultadas

CEPAL. Comunicado de prensa: *Falta de autonomía de la mujer limita la lucha contra la pobreza femenina en América Latina y el Caribe. La redistribución de la riqueza, del poder y del tiempo es fundamental para terminar con las discriminaciones e inequidades*. Novena Conferencia Regional sobre la Mujer de América Latina y el Caribe. CEPAL. México D.F., 10 al 12 de junio de 2004 Disponible en http://www.cinterfor.org.uy/public/spanish/region/ampro/cinterfor/temas/gender/eventos/conf_9a.htm

Comisión Nacional para la Micro y Pequeña Empresa CONAMYPE. *Micro y Pequeña Empresa, definiciones y características*. En http://www.conamype.gob.sv/phpcom/sector_mype/informacion_sobre_sector_mype.htm

DESMI, A.C. *Desarrollo Económico Social de los Mexicanos Indígenas, A.C.* Disponible en http://www.laneta.org/desmiac/Economia_Solidaria.htm

Federación de Mujeres Progresistas. "Poder y Empoderamiento". Disponible en <http://www.fmujeresprogresistas.org/poder1.htm>

Nobre, Miriam 2007. *Mujeres en la economía solidaria* en http://vinculando.org/economia_solidaria/mujeres_ecosol.html