



CAMINOS DE
EQUIDAD

MUJERES A.V.E.

Actuando. Vinculando. Emprendiendo

Impulsando la autonomía y empoderamiento económico de mujeres con pequeños negocios en Zaachila oriente, Oaxaca, a través del fortalecimiento de sus capacidades y sus redes de apoyo.



Contenido

Introducción	3
Mujeres y emprendimiento	3
Metodología	5
I. Emprendiendo en Zaachila oriente: Contexto y notas sociodemográficas	7
Villa de Zaachila y Zaachila oriente:	7
Actividades económicas en Zaachila oriente	11
Desigualdad de género y violencia contra las mujeres	11
Semillero de iniciativas	12
II. Mujeres haciendo negocios en Zaachila oriente: caracterización y retos	15
¿Quiénes son las mujeres emprendedoras de Zaachila oriente?	15
Edad e ingreso familiar, aportes al hogar, tamaño de vivienda	15
Barreras de género para el emprendimiento	19
Trabajo de cuidados desigual	20
Disponibilidad de tiempo	21
Actividades adicionales	21
Toma de decisiones	22
Vínculos sociales y redes de apoyo	23
Bienestar y prioridades	24
III. Los negocios de las mujeres en Zaachila oriente	29
¿Cómo son los negocios de las mujeres en Zaachila oriente?	29
Actividades económicas (negocios) en Zaachila oriente	30
Situación del negocio en el momento del diagnóstico (2018)	32
Dificultades para sostener el negocio	34
Lazos sociales	35
IV. Un negocio exitoso es aquel que permite la reproducción de la vida	36
Perspectiva de un negocio exitoso	38
V. Etapa piloto de implementación de Mujeres A.V.E. 2019-2021	43
Impactos de la COVID-19:	45
Adaptaciones en el marco de la COVID-19:	47
VI. Recomendaciones para políticas públicas, programas y proyectos dirigidos a mujeres emprendedoras	48
(I) Diseñar desde, con y para mujeres	48
(II) Transformar las imágenes del “empreendedor exitoso”: el varón inalcanzable	50
(III) Construir redes	52
(IV) Enfoque integral que incluya la prevención y atención a la violencia	53
VII. Conclusiones	54
Bibliografía	56

Introducción

Mujeres y emprendimiento

La participación activa y libre de las mujeres en todas las esferas, incluyendo la económica, es su derecho y un aspecto vital para el bienestar de las distintas sociedades. No obstante, existen diferentes barreras de género que impiden que lo anterior sea una realidad. Las mujeres tienen más posibilidades de insertarse en trabajos informales y precarios, además de obtener menos ingresos por la misma ocupación que sus contrapartes varones. Además, son las mujeres quienes se ocupan de forma desproporcionada de los trabajos de cuidado no remunerados, es decir, todos aquellos necesarios para satisfacer necesidades vitales y cotidianas, y que son fundamentales para el bienestar de todas las personas. Igualmente, la desigualdad, discriminación y violencia contra la mujer obstaculizan su derecho a la participación plena, a su autorrealización y desarrollo; y a su acceso y ejercicio del derecho al trabajo decente.

Frente a la necesidad de tener mayor flexibilidad debido a sus múltiples responsabilidades, y sobrecargadas por la brecha salarial y la falta de oportunidades en sus localidades que les permitan contar con trabajos con condiciones y remuneración dignas, las mujeres con frecuencia se vuelcan a iniciar negocios propios o “emprendimientos” (Castiblanco Moreno, 2013). Debido a los roles y brechas de género, los negocios liderados por mujeres son sistemáticamente de menor tamaño, cuentan con menos acceso a capital y financiamiento, presentan más dificultades para recibir capacitación y enfrentan mayores barreras para acceder a redes y mercados (BM, 2010). Además, hay una carencia de políticas públicas que permitan la conciliación entre trabajo y vida familiar, destacando la insuficiente oferta de servicios públicos, gratuitos, accesibles y de calidad para el cuidado para niñas, niños y personas mayores o con discapacidad (OCDE, 2012).

Promover el “espíritu” o la “cultura emprendedora” se ha convertido en una propuesta de política pública con miras a mejorar los ingresos, crear empleos o a fomentar la inserción laboral de las personas jóvenes (Plan Estatal de Desarrollo Oaxaca, 2016-2022). No obstante, el enfoque de género y el abordaje de las barreras específicas que enfrentan las mujeres para emprender y consolidar sus negocios o actividades productivas se encuentra ausente en la mayoría de los programas públicos, incubadoras y planes de capacitación en dicha materia. Mucho menos se complejizan los obstáculos y necesidades de las mujeres que habitan en zonas de marginación o que enfrentan contextos de vulneración de derechos.

En México, el empresario o emprendedor “ideal” continúa siendo una imagen masculina, a la vez que blanca, heterosexual, y de clase media y urbana; y es precisamente hacia ellos donde se dirigen las políticas y programas, dificultando el acceso de las mujeres a servicios de capacitación, financieros y de acompañamiento, que respondan a sus intereses y necesidades, en toda su diversidad. Tanto en los medios de comunicación, como a través del trabajo de investigación y entrevistas realizadas para la realización del presente diagnóstico, esta norma se confirma. Si la “innovación” es un elemento

clave del emprendimiento, para las mujeres el incursionar en este ámbito mayoritariamente masculino representa por sí mismo un proceso de creatividad, ruptura y desafíos. Aún más cuando lo hacen desde territorios donde el abandono institucional, la falta de servicios públicos, la violencia, la marginación, la discriminación, y la violación a sus derechos son una constante.

Este documento presenta una visión general de las mujeres emprendedoras que habitan en la zona oriente del municipio de Villa de Zaachila, en el estado de Oaxaca, a través del trabajo desarrollado por Solidaridad Internacional Kanda A.C. (SiKanda) en el programa de “Mujeres A.V.E. (Actuando, Vinculando, Empeñando), implementado por SiKanda y la Fundación para Mujeres Cherie Blair, financiado por la Fundación Trafigura, con el cofinanciamiento de Oxfam México y la Unión Europea. El objetivo general del texto es explorar, describir y analizar el entorno de las emprendedoras, y presentar buenas prácticas para el diseño e implementación de un programa orientado a fortalecer sus redes de apoyo y sus negocios. Para este fin, conoceremos las particularidades y retos de emprender en una zona periurbana, y nos acercaremos a los perfiles, necesidades y expectativas de las mujeres haciendo negocios en Zaachila oriente. Finalmente, compartiremos las oportunidades identificadas por SiKanda durante la implementación del proyecto “Mujeres AVE.”

Se aborda el emprendimiento bajo una mirada crítica, comprendiéndole aquí no como una solución al problema del desempleo, la informalidad o la falta de cumplimiento con los estándares de trabajo decente, sino como una opción que es tomada en la realidad por mujeres en territorios precarizados, ante la necesidad de generar no solamente ingresos, sino de encontrar opciones para su desarrollo personal y colectivo, realizando aportes valiosos no sólo a nivel individual o familiar, sino también a sus comunidades, territorios y al país en general. Este diagnóstico responde a la necesidad creciente de aterrizar los programas de empoderamiento económico de las mujeres y emprendimiento a la realidad --o más bien las realidades-- complejas de nuestro país. Por ende, el diagnóstico no pretende presentar fórmulas preestablecidas para ser aplicadas, sino una reflexión acerca de la importancia de contextualizar los programas y proyectos de apoyo al emprendimiento y a los negocios, y de escuchar las necesidades y deseos por parte de las propias mujeres.

Solidaridad Internacional Kanda A.C. (SiKanda) es una asociación civil independiente y apartidista, fundada en 2009 con la misión de facilitar y acompañar procesos participativos de desarrollo armónico y sostenible para mejorar la calidad de vida de las personas. Trabaja desde sus orígenes en Zaachila oriente, colaborando activamente con niñas, niños, personas jóvenes, mujeres adultas y actores locales en diversos programas y proyectos que promueven el reconocimiento y ejercicio de los derechos de las personas que habitan en esta zona.

Metodología

El contenido de este texto se nutre de dos etapas distintas del diseño e implementación del proyecto Mujeres A.V.E. Los datos diagnósticos se obtuvieron mediante un proceso participativo realizado en el territorio de Zaachila oriente durante el verano de 2018. Estos datos y testimonios se complementan a través del seguimiento constante, monitoreo y evaluación realizados a la implementación del proyecto entre enero de 2019 y diciembre de 2020.

Los métodos para la recolección de datos en el 2018 fueron los siguientes:

Encuestas. Permitieron caracterizar a las mujeres a partir de antecedentes, prácticas actuales y expectativas en relación a su negocio; también abordaron algunos aspectos a nivel personal y familiar que permitieron contar con un entendimiento integral del perfil de las mujeres. Se aplicaron 106 encuestas cara a cara a mujeres emprendedoras cuyos negocios tuvieran más de 2 años de vida.

Entrevistas a profundidad. A partir de éstas, se buscó profundizar en aspectos relacionados con la vida de las mujeres y la relación con su negocio en el contexto de Zaachila oriente, así como las motivaciones, barreras y expectativas detrás de sus emprendimientos, principalmente desde el ámbito personal y familiar. Se realizaron 10 entrevistas con mujeres pertenecientes a dos perfiles: el primero formado por mujeres con un emprendimiento activo (7 participantes), y el segundo por mujeres cuyo emprendimiento no estuviera activo, pero que desearían volver a emprender (3 participantes).

Grupos focales reducidos. Éstos permitieron generar espacios de confianza para llevar a cabo un diálogo colectivo, en el cual se pudieron compartir puntos de vista y contrastar visiones. Se exploraron aspectos relacionados con la vida de las mujeres y la relación con sus negocios, principalmente enfocando la conversación al ámbito social/colectivo. Se llevaron a cabo tres grupos reducidos contando con la participación de once mujeres con emprendimientos activos.

Entrevistas y reuniones con académicas, organizaciones e instituciones gubernamentales que trabajan tanto con un enfoque de género como brindando apoyo a las y los emprendedores, para identificar retos específicos del trabajo con mujeres emprendedoras de Oaxaca.

Mapeo de instituciones y organizaciones que brindan servicios y capacitación a emprendedoras y emprendedores en Oaxaca; adicionalmente se hizo un análisis para conocer qué tan accesibles son estas oportunidades para las mujeres de Zaachila oriente.



Los datos recogidos en el 2019 y 2020 corresponden a los siguientes métodos:

Encuesta de línea base. La encuesta recoge datos sociodemográficos y se aplica a todas las participantes.

Seguimiento individual durante cada capacitación y sesiones individuales de asesoría de negocios.

Grupo focales participativos. Se realizaron tres grupos focales para la evaluación de los primeros tres grupos que recibieron capacitación en el marco del proyecto, a través de una metodología propia.

Entrevistas semi-estructuradas. Se recuperaron impresiones de las participantes para la realización de testimonios y estudios de caso.

I. Emprendiendo en Zaachila oriente: Contexto y notas sociodemográficas

Villa de Zaachila y Zaachila oriente:

Villa de Zaachila es uno de los 570 municipios del estado de Oaxaca. Pertenece al Distrito de Zaachila, el cual a su vez es parte de los 7 distritos de la Región Valle Centrales.

De acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), el municipio, ubicado aproximadamente a 16 kilómetros al sur de la capital oaxaqueña, tiene una población de 43,279 habitantes, de los cuales 52.4% son mujeres (INEGI, 2015).

Datos del INEGI y del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL), señalan que el municipio enfrenta diversas carencias: 56.8% de la población se encuentra en situación de pobreza y el 11.8% en pobreza extrema; 20.6% de la población enfrenta rezago educativo; 20% carencia por acceso a servicios de salud; 81% carencia por acceso a la seguridad social; 19% carencia por calidad y espacios de vivienda; 67.5% carencia por acceso a los servicios básicos en la vivienda; 30.1% carencia por acceso a la alimentación; y el 40% de la población presenta carencia por acceso al agua entubada en la vivienda, 28% por drenaje, y 4.5% por electricidad (INEGI, 2015; CONEVAL, 2020).

El Municipio cuenta con un área total de 81,695 Km², que se extienden de oeste a este (SEDESOL, 2015). El territorio está atravesado por dos carreteras importantes, la carretera Oaxaca Oaxaca - Zimatlán de Álvarez y la carretera Oaxaca-Puerto Escondido con dirección a Puerto Escondido.

En la zona oeste, se localiza la cabecera municipal de Zaachila, caracterizada por su antigüedad, ya que se asienta sobre lo que fue una gran ciudad zapoteca fundada en 1390, poseedora de una importante zona arqueológica, constituida por dos tumbas y un activo mercado. Las y los habitantes de Villa de Zaachila destacan con orgullo su herencia zapoteca. Se le conoce como el último reino zapoteca, ya que fue sede del señorío zapoteca alrededor del año 900 d.C¹. El municipio cuenta con una agencia municipal. Las autoridades municipales son elegidas por el régimen de partidos políticos, sin embargo, las autoridades secundarias o auxiliares son elegidas por el régimen de sistemas normativos internos. El ayuntamiento se conforma por el presidente municipal, el síndico y el cabildo. El municipio cuenta además con dos agencias de policía.

La zona oriente del municipio se encuentra no sólo físicamente alejada de la cabecera municipal, sino que además, aloja el basurero más grande del estado de Oaxaca. La presencia del basurero tiene importantes impactos económicos, ambientales y sociales, y su ubicación ha sido un factor relevante para que personas originarias de otras zonas del municipio, del estado e incluso del país, se hayan asentado a su alrededor.

¹ <https://www.zaachila.gob.mx/zonaarqueologica>

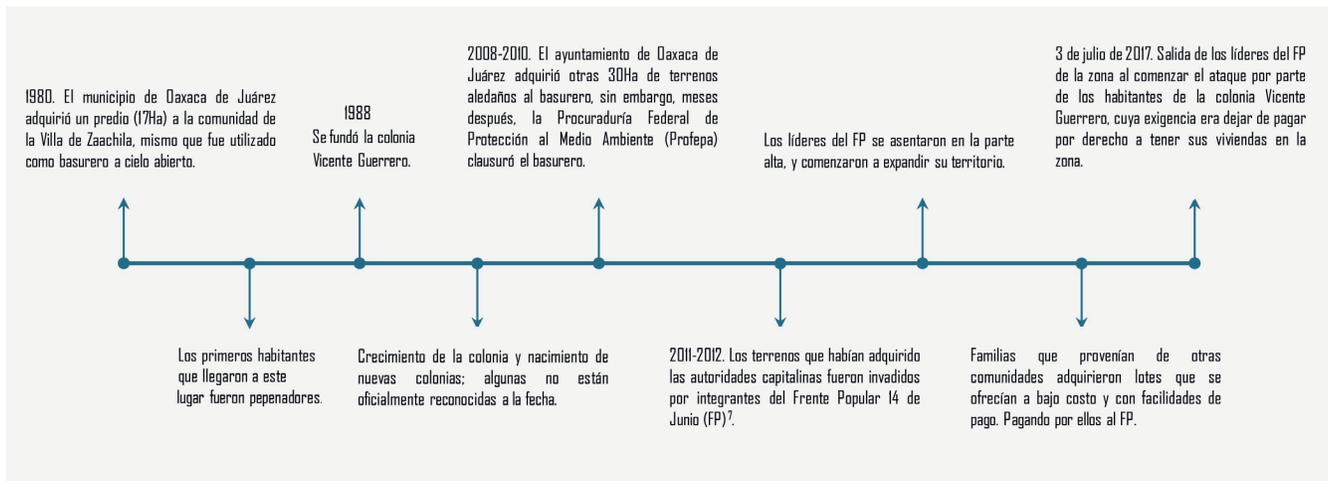
“Hay dos Zaachilas, la Zaachila del centro donde hay un interés que poco a poco se ha ido construyendo [...] y la segunda Zaachila, que es la de la colonia Vicente Guerrero, una colonia donde han llegado muchos migrantes y se ha ido edificando casi día con día, son hijos de los pepenadores...” (Reséndiz citado en Aguilar, 2015).

Es precisamente la zona oriente de Zaachila en la que se enfoca este trabajo.

Zaachila oriente cuenta con una población cercana a los 15,000 habitantes, lo que representa el 43% del total del municipio y es considerada zona de alta marginación (CONAPO, 2015). La zona oriente está conformada por la agencia municipal Vicente Guerrero y 13 colonias que, en su mayoría, carecen de agua potable, electricidad y drenaje, entre otros servicios públicos básicos. Asimismo, presenta otras vulneraciones de derechos humanos debido al abandono por parte del Estado, al considerarla zona no habitacional por situarse en los alrededores del basurero municipal de Oaxaca de Juárez.

El basurero ubicado en el oriente de Villa de Zaachila recibe entre 800 y 1,000 toneladas de residuos al día, provenientes de la capital y de más de 20 municipios conurbados. Inició sus operaciones en 1981, contando con un área de alrededor de 17 hectáreas. El terreno es propiedad del Ayuntamiento de Oaxaca de Juárez, pero se encuentra en la jurisdicción territorial del Municipio de Villa de Zaachila (Santos y Villegas, 2012²).

Para comprender la dinámica socioeconómica de Zaachila oriente, es importante revisar el origen de esta población, el cual está íntimamente ligado a la presencia del basurero.



La apertura del basurero está relacionada con el aumento drástico de la población de Oaxaca entre los años setentas y noventas. El crecimiento de la ciudad, aunque incluía algunos asentamientos planeados por el gobierno, se desarrolló principalmente en colonias no planificadas (Moore, 2006, pg. 58). Por estas razones, la ciudad de Oaxaca necesitaba acomodar su sistema de manejo de residuos. Esta necesidad se ve ligada a esfuerzos por las autoridades, tanto federales como estatales, para desarrollar la ciudad de Oaxaca como centro turístico (Sylva Leyva, 2003). En 1985, Oaxaca inició la campaña llamada “Una ciudad limpia es una ciudad bonita,” con el objetivo de proyectar una imagen pública de la ciudad como un espacio limpio y cuidado. El municipio de Oaxaca intentó llevar el manejo de basura a lo que eran entonces las “afueras” de la ciudad y adquirió un predio de 17

² <https://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/16048/221-fOSF..pdf?sequence=1&isAllowed=y>

hectáreas en la comunidad de Villa de Zaachila. El basurero en sí se encontraba en tierra que antes era ejidal, y por lo tanto el municipio tuvo que esperar hasta 1992 para legalizarle (Moore, 2006, pg. 61).

Las primeras personas habitantes que llegaron a esa zona trabajaron como recicladoras informales, o “pepenadoras” como se les llama comúnmente. Los asentamientos localizados alrededor del basurero fueron propiciados por los movimientos de migración campo-ciudad, en donde la ciudad se veía como una promesa de modernización y de acceso a mayores oportunidades (Moore 2006, pg. 124-125). Las primeras colonias fueron fundadas por las y los recicladores informales, así como por personas que querían residir cerca de la ciudad buscando oportunidades de empleo. Aparecieron así los primeros asentamientos populares. En 1988 se fundó la colonia Vicente Guerrero y a su alrededor se establecieron nuevas colonias no reconocidas, algunas de las cuales continúan sin tener reconocimiento oficial.

El basurero propició el crecimiento de Zaachila oriente, recibiendo a familias migrantes de todas las regiones de Oaxaca. El crecimiento demográfico de la zona no fue acompañado por un reconocimiento oficial de las nuevas colonias, ni por la provisión de servicios básicos debido a que los asentamientos se realizaron en terrenos no regularizados. Aunque el día de hoy muchos de los asentamientos ya se encuentran regulares, como mencionamos todavía encontramos al 82% de la población residiendo en viviendas sin acceso a todos los servicios básicos (CONEVAL, 2010). La mayoría de las casas son construcciones de lámina de un piso, sin necesariamente ser obras terminadas, aunque existen algunas casas de concreto, terminadas e incluso detalladas que se construyeron a partir de ingresos provenientes de remesas. Respecto a la atención médica, aunque el 80.4% de la población del municipio de Villa de Zaachila está afiliada a algún servicio de salud como el IMSS (INEGI, 2015), esto no implica que las y los habitantes de la zona oriente cuenten con registro médico. En 2010, el municipio contaba con 3 unidades médicas básicas con 19 trabajadores de la salud (CONEVAL 2010).

Los residentes de Zaachila oriente provienen de poblaciones ubicadas en la Sierra Sur, Mixes y Mixteca del estado de Oaxaca y de estados como Puebla, Guerrero, Estado de México o Ciudad de México. Aunque la población comparte la condición de migrantes, no han podido construir una historia de origen común que fortalezca un tejido social. Las familias construyen sus propias historias en el territorio con base a las circunstancias y momentos de su llegada a Zaachila oriente sin generar memorias colectivas. La proveniencia diversa, de distintas culturas, contextos y con lenguas maternas distintas ha dificultado la construcción de una identidad colectiva, la implementación de mecanismos sociales para la solución a problemáticas comunes y la cooperación vecinal que podemos observar en otras comunidades oaxaqueñas. Aunado a ello, el territorio cuenta con pocos espacios públicos que fomenten la interacción entre las y los vecinos, abonando a generar un ambiente de poca confianza entre habitantes.

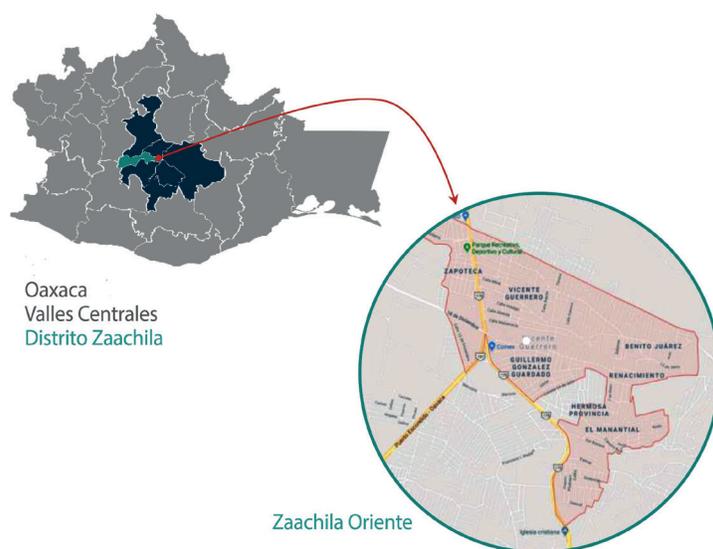
Asimismo, debe señalarse que la población de Zaachila oriente es sujeta de constante discriminación, tanto por habitantes de otras zonas del mismo municipio que no les consideran parte de la comunidad, así como en otros espacios que les asocian con la basura. En este último, los medios de comunicación han facilitado que se les perciba como “personas problemáticas” y estigmatizadas al asociarlas a los conflictos generados por el manejo del basurero.

Entre 2008 y 2011, el ayuntamiento de Oaxaca de Juárez adquirió 30 hectáreas de terrenos aledaños al basurero para su ampliación; sin embargo, meses después, la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA) le clausuró. En 2011, los terrenos que habían adquirido las autoridades fueron invadidos por integrantes del Frente Popular 14 de Junio (FP). Los líderes del FP se asentaron en la parte alta del basurero y comenzaron a expandir su liderazgo en el territorio a partir de que familias adquirieron lotes ofrecidos por el FP a bajo costo y con facilidades de pago. De acuerdo con habitantes de la zona, integrantes de dicho grupo realizaron prácticas delictivas, como el cobro de derechos de piso, entre otros. El contexto actual de esta localidad está condicionado por el conflicto más grande que han enfrentado las y los pobladores en los últimos treinta años.

Ante dicha situación, el 3 de julio del 2017, habitantes de la zona se organizaron para expulsar a líderes y familias vinculadas con el FP. Se presentaron disturbios y enfrentamientos, en los que cerca de 30 familias fueron expulsadas de la zona, y se prendió fuego a sus viviendas localizadas en la parte alta del basurero. Durante cerca de tres semanas, pobladores de la zona impidieron el paso de camiones recolectores al basurero como forma de presión hacia el gobierno estatal para exigir mayor seguridad y atención a sus necesidades. A pesar del diálogo que se estableció con el gobierno estatal, no se han cumplido todas las peticiones asentadas en la minuta de negociación, por lo que el conflicto continúa estando relativamente latente en la localidad.

Después de este suceso, habitantes de la zona se agruparon en las llamadas “Colonias Unidas” para enfrentar un problema común de seguridad vecinal. Esto fomentó mayor organización colectiva alrededor de problemáticas comunes, y dio paso a un periodo de mayor cooperación vecinal, reportado por las mujeres entrevistadas para el presente diagnóstico. No obstante, la zona continúa enfrentando diversas amenazas y conflictos que erosionan el tejido social y debilitan la organización comunitaria.

“Antes [hace unos años] había problemas, ahora me siento más segura [...] ya nos cuidamos entre todos, ahora los vecinos están más organizados, nos llamamos o hasta mandan WhatsApp, todos son buenos” (Mujer emprendedora, 33, Zaachila).



Mapa de referencia y configuración de Zaachila Oriente

Actividades económicas en Zaachila oriente

Zaachila oriente presenta limitadas oportunidades laborales y económicas para las familias que le habitan. Muchas personas en la zona se vinculan con la cadena del reciclaje de residuos, ya sea de manera formal o informal; en el propio basurero trabajan cerca de 80 familias de recicladoras y recicladores informales, agrupados en la Unión de Pepenadores “Guie-Niza”. Las personas encuentran en la recuperación y venta del material reciclable una alternativa de generación de ingresos. Este trabajo, altamente estigmatizado, contribuye al cuidado del medio ambiente y le representa al Municipio de Oaxaca importantes ahorros, ya que prolonga la vida útil del basurero y mejora la gestión local de residuos. No obstante, las personas que realizan esta labor lo hacen en condiciones inseguras, sin derechos laborales y sin reconocimiento social.

En Villa de Zaachila, aproximadamente el 39.2% y el 71.44% de mujeres y hombres respectivamente pertenecen a la población económicamente activa (PEA) (INEGI, 2015). Respecto a la división ocupacional, siendo Zaachila un territorio periurbano, vemos muy poca actividad en el sector agropecuario, teniendo únicamente a un 1.21% y un 8% de mujeres y hombres respectivamente trabajando en este sector. Las ocupaciones más representadas son las y los comerciantes y personas prestadoras de servicios, siendo el 59.7% y el 38% respectivamente (INEGI, 2015).

La mayoría de los varones adultos de la localidad encuentran trabajo fuera de Zaachila oriente, laborando en la construcción, transporte público, turismo y otros empleos. Por su parte, las mujeres han encontrado los espacios y maneras de generar ingresos para sus familias dentro de la localidad, iniciando pequeños negocios o emprendimientos, estando ellas al frente de pequeños comercios y otros servicios localizados en la zona.

Desigualdad de género y violencia contra las mujeres

El 30 de agosto de 2018, cuarenta municipios de Oaxaca fueron declarados en alerta de género, entre ellos Villa de Zaachila. Esto representa que existe una identificada situación adversa contra el derecho a vivir una vida libre de violencia de las mujeres que requiere de una respuesta urgente por parte del Estado. Los gobiernos municipales tienen la obligación de implementar un conjunto de acciones en contra de la violencia hacia las mujeres; sin embargo, hasta mayo del 2020, por lo menos trece municipios no habían implementado ninguna acción específica relacionada con la alerta de género, entre ellos Villa de Zaachila.

Las violencias hacia las mujeres, sean niñas, adolescentes o adultas, ha sido una preocupación de SiKanda, que ha documentado y canalizado diversos casos suscitados en Zaachila oriente. El abandono institucional y la normalización de las violencias permite reproducirlas de generación en generación evitando que existan mecanismos para su prevención, identificación, atención y combate,

³ <http://www.nvinoticias.com/nota/144963/incumplen-13-municipios-de-oaxaca-con-alerta-de-genero>

sobre todo, a aquellas violencias generadas al interior de las familias, ya que éstas son invisibilizadas al pensarlas como parte de los asuntos del ámbito privado. Esto sitúa a las mujeres de Zaachila oriente en un estado de indefensión e impunidad.

“Hay mucho machismo, las mujeres responden: a ver si me deja el marido.” (Mujer que abandonó su emprendimiento, 33 años, Zaachila).

“Un día me armé de valor y le dije: no me des dinero, yo no tengo miedo a trabajar, yo estoy acostumbrada a trabajar.” (Mujer emprendedora, 44 años, Zaachila).

Por otro lado, existe una importante brecha de desigualdad en los ingresos entre mujeres y hombres, donde las mujeres reciben menor remuneración en las actividades económicas a las que se inscriben a la vez que sostienen actividades de cuidados y domésticos sin remuneración. De la población ocupada en el Municipio de Villa de Zaachila en 2018, el 17.55% de las mujeres ganaban menos de 1,329 pesos al mes (aprox. US\$73), contrastando con sólo 7.49% de sus pares varones; 33.02% ganaban entre \$1,329-\$2,658 pesos por mes (US\$73-147) vs. 21.24% de los varones; y 39.33% ganaban \$2,658 pesos (US\$147) contra 62.30% de los hombres.

Lo anterior se relaciona con la falta de reconocimiento de los trabajos de cuidados (crianza y domésticos), los cuales recaen desproporcionadamente bajo responsabilidad de las mujeres, lo que dificulta a su vez su inserción en trabajos formales y remunerados. Los trabajos de cuidados son todos aquellos necesarios para satisfacer necesidades vitales y cotidianas, se relacionan con cuidar a personas enfermas, con discapacidad o menores de 14 años, preparar y servir comida, limpiar el hogar, lavar ropa y realizar compras. Mientras que las mujeres en Villa de Zaachila dedican 53.63 horas semanales a trabajos de cuidados, los hombres destinan en promedio 20.28 horas.

Los estereotipos de género y la violencia contra las mujeres también repercuten en las oportunidades educativas y formativas de niñas y mujeres. Para muchas de las participantes en este diagnóstico, fue una historia común en sus hogares que no se les permitiera continuar sus estudios “por ser mujeres”. De las participantes en el presente diagnóstico, más del 40% de las mujeres concluyeron la secundaria y un 13% el nivel preparatoria o su equivalente. Esto no inhibe el hecho de que el 22% no haya cursado ningún grado escolar, siendo principalmente aquellas entre los 40 y 69 años quienes no

Semillero de iniciativas

A pesar de los conflictos derivados del abandono institucional y la presencia del basurero, en Zaachila oriente se identifican diversas iniciativas surgidas desde las y los propios habitantes, que buscan generar una mejor calidad de vida para la comunidad, entre las que destacan las siguientes.

El Centro Comunitario Educativo Vicente Guerrero promueve la educación para personas adultas, la educación inicial, programas de alimentación escolar, y que funge como punto medular para la convivencia entre las personas de la agencia y otras colonias. El Centro Comunitario empezó con

actividades en el 2008, pero se reconoció oficialmente en el 2010. Anualmente, certifica la primaria y secundaria de entre 150 y 200 personas, atiende a 40 familias con el Programa de Orientación a Padres, beneficia a 150 niñas, niños, jóvenes y adultos en cursos de computación, además de otorgar cursos de verano, cursos de inglés y desayunos escolares. Cuenta también con una biblioteca con 200 personas usuarias al año.

Por otro lado, la Escuela de Música Santa Cecilia, que forma parte de la organización Armonía, Juventud y Comunidad A.C. inició trabajos en 2011 en la Agencia Municipal Vicente Guerrero, con el objetivo de ofrecer a la niñez y juventud de las colonias circundantes al basurero, oportunidades de desarrollo artístico y humano a través de la educación musical y fomentar una cultura de paz. Cada año trabaja con más de 100 niñas, niños y jóvenes contando con una banda infantil y juvenil, una orquesta de cámara, una orquesta sinfónica, un taller de laudería y reparación de instrumentos de cuerda, así como colaboraciones con músicos con reconocimiento a nivel mundial.

En 2017 se creó el “Grupo de Trabajo Zaachila Oriente”, el cual agrupa distintas organizaciones de la sociedad civil con presencia en Zaachila Oriente, tales como SiKanda, el Centro Comunitario Educativo Vicente Guerrero y la Escuela de Música. Participan también Hotel con Corazón, que impulsa un programa de becas educativas en la zona, así como representantes del Municipio y la Agencia Vicente Guerrero, y actores locales como autoridades escolares y madres y padres de familia. El Grupo de Trabajo tiene la finalidad de ser un espacio de diálogo para compartir experiencias e impulsar acciones conjuntas en beneficio de las y los habitantes de la zona.

Solidaridad Internacional Kanda A.C. (SiKanda) trabaja en la zona oriente de Zaachila desde la creación de la organización en 2009. Desde entonces, ha colaborado con personas recicladoras, niñas, niños, adolescentes, escuelas, mujeres y familias en diversos programas y proyectos con la misión de facilitar y acompañar procesos participativos de desarrollo armónico y sostenible para mejorar la calidad de vida de las personas en México. SiKanda apuesta por colaboraciones con comunidades a largo plazo, trabajando desde el aprendizaje mutuo y la participación activa de las personas. Con el paso de los años, al formar una relación de confianza con los y las participantes, trabajando desde sus visiones y necesidades, SiKanda ha ampliado sus áreas de trabajo al enfocarse en distintas problemáticas, como son la desigualdad de género, la malnutrición y la violencia entre pares, entre otras. Hoy contamos con 5 áreas programáticas: Reciclaje Inclusivo, Hábitat Sustentable, Caminos de Equidad, Comunidades en Movimiento y Juventudes Visibles, teniendo presencia en Oaxaca, en las regiones de los Valles Centrales, la Mixteca y la Cuenca del Papaloapan, así como en Veracruz y Puebla.

El proyecto de Mujeres AVE nace a solicitud de las mujeres con quienes SiKanda colaboraba. Las madres de familia, al llevar a sus hijos e hijas a un programa para niñez y adolescencias implementado por SiKanda, hablaron sobre la necesidad de juntarse, colaborar y fortalecer capacidades para emprender. Se inició en ese entonces con una serie de experimentos: organizando reuniones para crear productos para la venta, en las cuales se habló de la creación de un colectivo. Posteriormente, se impulsó la creación de un colectivo llamado “Guenda Shunashi”, o mujer líder en zapoteco.



Con el apoyo de la Fundación para Mujeres Cherie Blair (CBFW por sus siglas en inglés) y la Fundación Trafigura, se empezó en el 2018 con la realización de un diagnóstico, cuyos resultados fueron la base para diseñar el proyecto Mujeres AVE, encaminado a fortalecer las capacidades, negocios, redes de apoyo y oportunidades de mujeres que cuentan con pequeños negocios en Zaachila oriente. La implementación del piloto del proyecto inició en el 2019 en la zona, sumándose a la estrategia el apoyo de OXFAM México con el co-financiamiento de la Unión Europea. Participan también la Escuela para la Economía Social de Oaxaca (ECOOS), acompañando los procesos de capacitación, y el Centro Educacional Comunitario Vicente Guerrero, localizado en el corazón de Zaachila oriente, que brinda sus instalaciones y permite contar con un espacio para la difusión del proyecto, venta de productos y atención a las mujeres participantes, el “Espacio AVE”.

II. Mujeres haciendo negocios en Zaachila oriente: caracterización y retos

La caracterización que se presenta considera la descripción integral de las mujeres emprendedoras en Zaachila oriente. El perfil descrito a continuación se generó a partir de las siguientes categorías: ¿Quiénes son? / ¿Cuáles son las actividades que realizan y los roles que desempeñan? / ¿Cuál es la situación económica de las mujeres y sus hogares? / ¿Cuáles son sus prioridades? / ¿Cuál es su visión de un negocio exitoso? / ¿Cuáles son sus intereses?.

A lo anterior se suma la caracterización de los negocios que operan. Si bien, existen diferencias entre éstos en términos de giro o tipo de establecimiento, en general son negocios pequeños que se describen en esta sección a partir de la idea y nacimiento del negocio, el tipo de actividades/emprendimientos existentes, la situación actual del negocio, y la visión y expectativas para el negocio.

Los elementos antes mencionados permiten conocer y entender la composición de los emprendimientos y las características de las mujeres emprendedoras en Zaachila oriente. Sin embargo, hay que señalar que existen en la zona negocios que, si bien representan sólo un pequeño número del total, se encuentran en una etapa más avanzada de consolidación, mismos que serán descritos como “emprendimientos desarrollados”. De tal manera, se señalan las características que los distancian del resto, así como las características de las mujeres que los dirigen.

Esto permite contar con una visión de la población en general que cuenta con emprendimientos base y de un grupo destacado con emprendimientos desarrollados, evidenciando los factores que permiten el desarrollo de los emprendimientos en el contexto de Zaachila, así como las limitantes, a fin de identificar oportunidades para el diseño del proyecto Mujeres A.V.E. y otros programas.

¿Quiénes son las mujeres emprendedoras de Zaachila oriente?

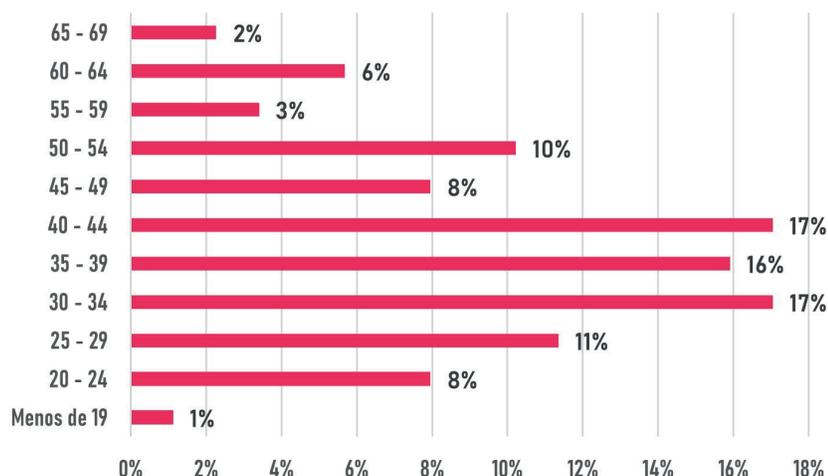
Muchas mujeres en Zaachila oriente han iniciado negocios o pequeños emprendimientos para generar ingresos, los cuales se encuentran principalmente a su cargo. Es importante destacar que derivado de su actividad económica ellas se reconocen como proveedoras, pero no necesariamente como emprendedoras. Lo anterior, como se mencionaba en la introducción, tiene que ver con las imágenes comúnmente asociadas con el emprendimiento o los negocios, que evocan espacios mayoritariamente masculinos, o bien con un mayor grado de desarrollo empresarial y formalidad.

Edad e ingreso familiar, aportes al hogar, tamaño de vivienda

Las mujeres con negocios en Zaachila oriente tienen entre 19 y 69 años de edad, encontrándose la mayoría entre los 30 y 49 años (58%). Su ingreso familiar mensual se encuentra entre los MX\$3,000.00 y MX\$6,000.00 pesos (US\$140-US\$280), lo que les sitúa por debajo de la línea de pobreza por ingresos. El 65% de sus hogares cuentan con el aporte de 2 a 3 personas, incluyendo el

de la mujer, aunque el 33% de ellos dependen exclusivamente del ingreso de las mujeres. Finalmente, el 2% cuenta con la participación de más de cuatro personas, que por lo general es alguno de los hijos e hijas mayores que trabajan y estudian o algún hermano/a con quién comparten vivienda. El 55% de las mujeres participantes en el diagnóstico comparte vivienda con hasta 3 personas, mientras que el 41% la comparte con un mayor número (4-8 personas). Sólo el 5% comparte vivienda con más de 9 personas.

Edad de las mujeres emprendedoras

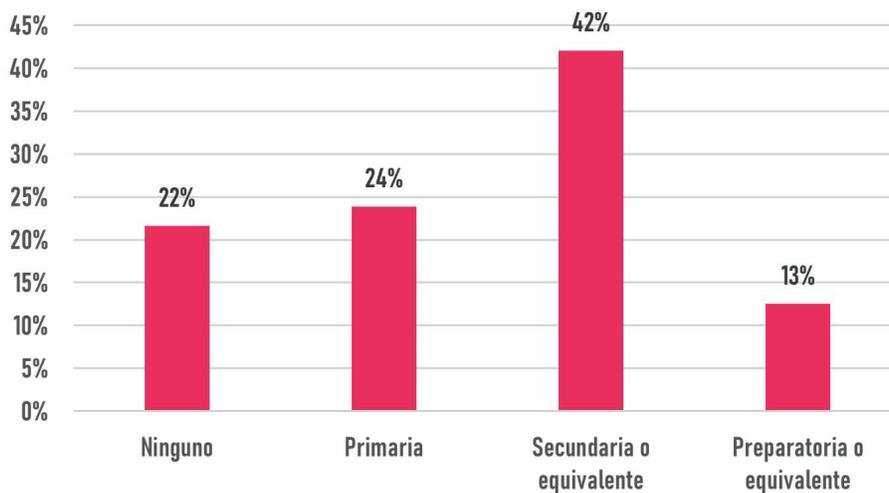


La mayoría de las mujeres del diagnóstico habita en la Agencia Vicente Guerrero (47%), y en las colonias González Guardado (20%) y El Manantial (16%). El 17% restante vive en diversas colonias de la zona entre las que se encuentran Campo Real, La Gotera, Renacimiento y Zapoteca. Las historias de vida de estas mujeres son muy variables. Los motivos por los cuales llegaron a Zaachila van desde una necesidad apremiante de trabajo o la aspiración de conocer y establecerse en la ciudad. **La mayoría de las mujeres lleva**

aproximadamente 10 años viviendo en la zona: 43% lleva entre 11 y 20 años, 24% entre 6 y 10 años, 20% más de 20 años y 13% menos de 5 años. Los negocios de las mujeres suelen establecerse en las mismas colonias en donde viven.

En términos de escolaridad formal, más del 40% concluyó la secundaria y un 13% el nivel preparatoria o su equivalente (bachillerato). Esto no inhibe el hecho de que el 22% no haya concluido algún grado escolar, siendo mayoritariamente mujeres entre 40 y 69 años quienes no cuentan con estudios (79%).

Escolaridad de las mujeres emprendedoras

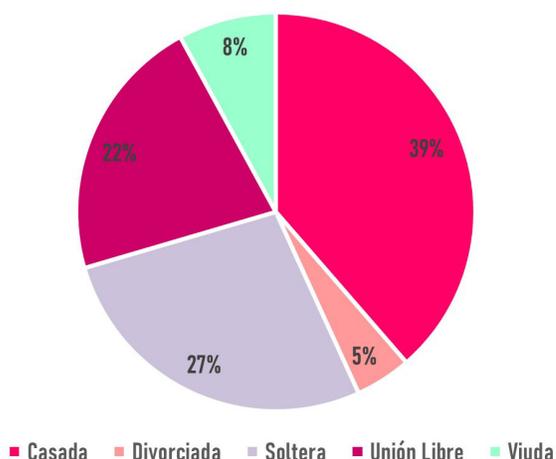


El acceso a la educación media superior en esta zona es limitado, ya que, con una excepción, no se encuentran bachilleratos en el territorio, por lo que el continuar los estudios implica también un gasto de transporte. Además, muchos jóvenes terminando la secundaria trabajan con sus padres o familiares para aportar al ingreso familiar. En el caso de las mujeres, las limitaciones aumentan ya que muchas veces su educación no es valorada como la de sus contrapartes varones, o se espera a que apoyen en las tareas del hogar o cuidando de familiares. Como nos comenta una participante, **“de chica mucho me llamó la atención ser maestra, pero mi mamá me decía:**

“No, es que tú eres mujer, no te puedo dar el estudio a ti, si fueras un hombre sí porque él sí vale y tú no.”

La mayoría de las participantes se encuentran casadas (39%), sin embargo, también identificamos un número importante de mujeres solteras (27%) o que viven en unión libre (22%). Muchas se han casado o unido a temprana edad derivado de un embarazo, antes de iniciar o concluir sus estudios de preparatoria. Es importante destacar que quienes viven en unión libre se asumen como parte de un matrimonio, sin embargo, si por alguna circunstancia se separan (migración, violencia, alcoholismo, infidelidad, entre otras), se asumen mujeres solteras y no divorciadas. Entre las mujeres de mayor edad persiste una tendencia a tener familias numerosas con al menos 4 hijos/as; en mujeres más jóvenes el promedio es de 2 hijos/as.

Estado civil



La mayoría de las familias de las mujeres con pequeños negocios viven al día, ya que sus ingresos son iguales o menores a sus gastos, limitando su consumo para poder cubrir aspectos adicionales a los básicos de supervivencia. Algo que limita las posibilidades de mejorar la administración de sus ingresos, es que los perciben de forma diaria, semanal o quincenal. Los ingresos se usan día con día, sin existir una planificación anterior, ya que los egresos son inmediatos, y las necesidades son apremiantes (gastos de comida, luz, agua, gas, medicinas y gastos

escolares). En general, no gozan de estabilidad económica, no cuentan con una fuente de ingresos fija o segura y mucho menos de algún sistema de ahorro o de pensión.

“Como llega (el dinero), se va. Ni hago la cuenta”.

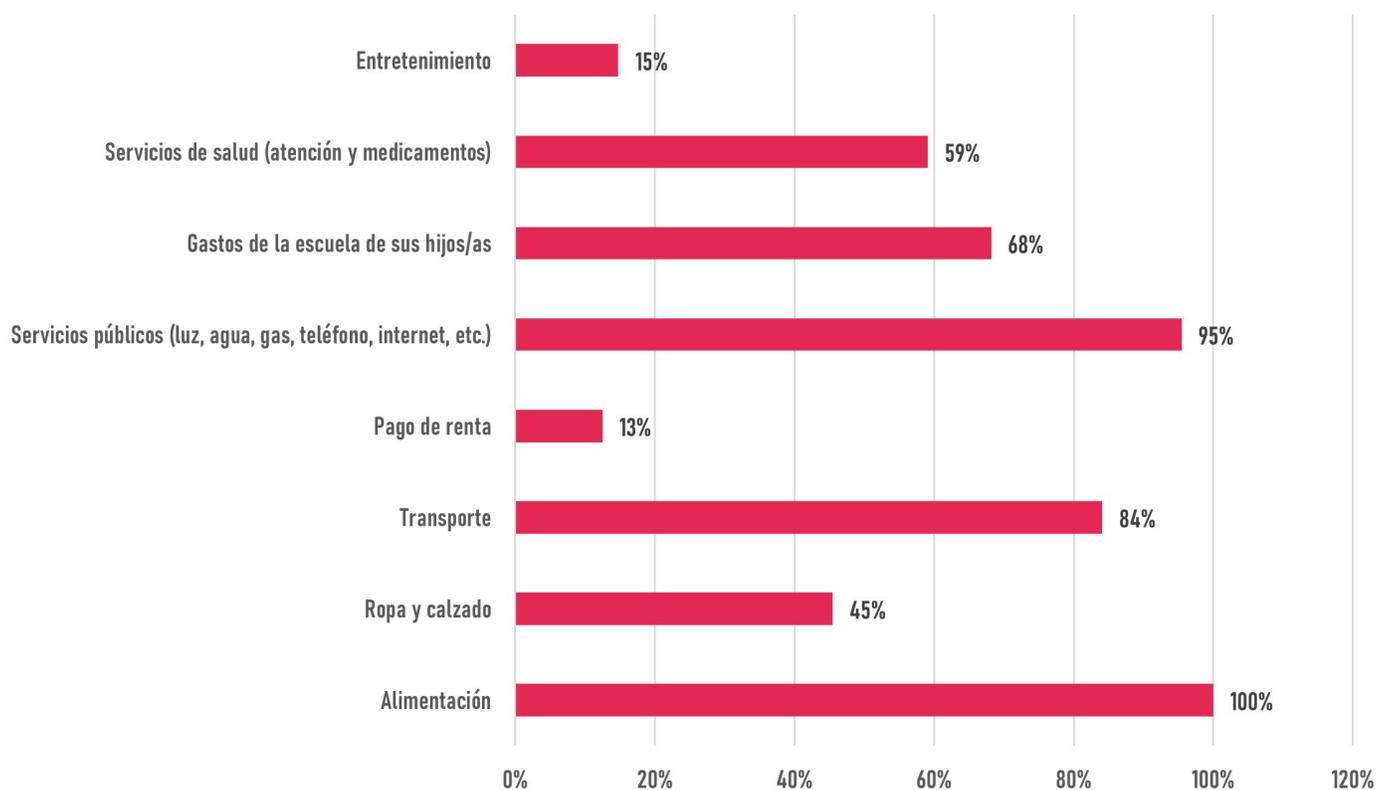
Mujer emprendedora, 33 años, Zaachila

Como se mencionó anteriormente, 33% de las familias dependen únicamente del ingreso de las mujeres. Muchas de ellas han decidido separarse de sus parejas por distintas razones como la infidelidad, alcoholismo, violencia o limitaciones económicas, entre otras. En promedio, son 2 personas las que dependen de

los ingresos de las mujeres en sus respectivos hogares; el 64% afirma tener de 1 a 2 dependientes (incluyéndose), mientras que el 30% tiene entre 3 y 4 dependientes y el 6% tiene 5 o más dependientes. El 26% de las mujeres tienen dependientes económicos fuera de casa, por lo general familiares cercanos (madre, padre o hermanos/as), a quienes apoyan con gastos básicos (alimentación, salud y servicios).

Los gastos recurrentes reportados por las mujeres son la alimentación, el pago de servicios y los gastos de transporte. Cabe destacar que los gastos de salud son también una constante, derivados posiblemente de los impactos negativos generados por el basurero, que se traducen en infecciones estomacales, de piel y ojos, entre otras problemáticas. Los servicios de salud (atención y/o compra de medicamentos) representan un gasto recurrente para el 59% de las mujeres. Dentro de las prioridades de las mujeres, se encuentran las necesidades de sus hijos e hijas, y su educación (el 68% de las encuestadas lo considera un gasto prioritario).

Gastos recurrentes al mes



Para el 66% de ellas, los ingresos familiares alcanzan “algunas” y “pocas veces” para cubrir los gastos de cada mes, mientras que sólo al 34% de ellas les alcanzan “la mayoría de las veces” o “siempre”. Es decir, la mayoría vive en constante angustia por hacer rendir el dinero que ellas, o en conjunto con sus parejas o familiares, aportan al hogar. Pocas, sólo el 23%, viven en una situación distinta, y por lo general se trata de aquellas cuyos hijos/as ya no están estudiando o ya se independizaron, por lo que sus prioridades han cambiado, encontrándose en una situación más desahogada. En general, las mujeres son vulnerables al estrés que representa no tener ingresos

propios, por lo que buscan contar con otra fuente de ingresos para el hogar generada por ellas mismas. El 52% de las mujeres encuestadas recibían apoyo de programas gubernamentales o sociales, como “Prospera” o “Un Kilo de Ayuda”.

Algunas mujeres han participado en grupos de ahorro y crédito (como Compartamos Banco), pero en su experiencia, no les es del todo benéfico porque no todas las personas se comprometen al mismo nivel, generando una deuda para el grupo; y en este caso se han visto afectadas al tener que pagar lo que no les correspondía. Cabe aclarar que el rechazo no es ante la posibilidad de ahorro, ya que algunas tienen la noción de la necesidad de ahorrar y lo desean, sino a la falta de responsabilidad y compromiso de otras integrantes para procesos de ahorro en colectivo. Sin embargo, pueden estar abiertas al trabajo en red, siempre y cuando conozcan a las personas que la integren, y cuando implique capital compartido. Cabe notar que la relación con instituciones financieras es mínima, ya que no cuentan con suficientes ingresos para contar con un producto bancario, al tiempo que consideran que les puede representar más gastos que beneficios debido a las comisiones o al costo de acudir a la sucursal bancaria. Hasta octubre de 2020 no existían bancos, cajeros ni otros proveedores de servicios financieros formales en Zaachila oriente. Además de los limitados ingresos y las distancias para acudir a algún proveedor de servicios de esta naturaleza (y los costos de transporte), existen otras barreras que se traducen en un desconocimiento e imposibilidad de acceso a dichos instrumentos, por lo que pocas familias cuentan con estos servicios. No obstante, está proyectada la construcción de una sucursal del Banco del Bienestar en la Agencia Vicente Guerrero, que iniciaría operaciones en 2021.

La situación económica de las familias puede ser un detonador para la búsqueda de nuevas oportunidades, entre las cuales se encuentra el emprender. Sin embargo, también puede ser una de las principales barreras, ya que representa una limitante para explorar o apostar por nuevos escenarios que impliquen cierto riesgo o vulnerabilidad respecto a la condición actual.

Es importante destacar que al verse en una situación de presión y tensión, existe la necesidad por liberarse de ésta y contar con espacios en que puedan sentir desahogo y una sensación de alivio, estando las mujeres abiertas al trabajo colaborativo, la construcción de redes y espacios en común.

Barreras de género para el emprendimiento

En el día a día, la presencia del machismo se evidencia en situaciones como la dependencia económica, la imposición de actividades domésticas y roles, limitación de los horarios y amistades, entre otros. Estos patrones evidentemente dificultan el iniciar un emprendimiento y tienen un impacto negativo en el fortalecimiento de los negocios de las mujeres:

Durante la etapa piloto de implementación del proyecto (2019-2021), en distintos momentos, las

“Hay mucho machismo, las mujeres responden: a ver si me deja el marido”.

Mujer que abandonó su emprendimiento, 33 años, Zaachila

participantes compartieron estrategias de crianza, de poner límites, y de renegociación dentro de los hogares resultado de las reflexiones alrededor de los roles de género. Sin embargo, algunas mujeres compartieron que a veces la participación en el proyecto contribuía a un ambiente de conflicto con la pareja. Una participante comentó:

“Me manda menos dinero porque estoy yendo al grupo, y dice que el grupo me debe de ayudar a juntar dinero. Y luego dice que aquí hay muchos hombres, y yo (me pregunto): ¿qué hombres?, si este es grupo de mujeres. Hasta le mandé la foto. Y luego dije: es su inseguridad. Y ya. Y luego dije: estoy aquí por un tiempo, en lo que puedo despegar, y le digo ‘bye’. Ya estoy decidida a decirle adiós, no estoy acostumbrada a que me estén condicionando (...). Son cosas que no son mías y ¿yo por qué tengo que apoyar a cosas que no son mías? Y esa es la ventaja que tengo”. (Participante, G2)

El ser mujer haciendo negocios también trae retos específicos en cuanto a barreras de género. Las participantes que venden por catálogo, por ejemplo, deben dejar a sus hijos durante largo tiempo con sus abuelas o familiares, ya que por cuestiones de seguridad no llevan a sus hijos/as a entregar la mercancía. Por obstáculos como éste, el diseño de Mujeres A.V.E. incorporó servicio de guardería o ludoteca para acompañar las sesiones de capacitación.

Trabajo de cuidados desigual

Las mujeres con negocios se enfrentan a la “doble carga de trabajo” debido a los roles y expectativas de género. Las mujeres son las principales responsables del trabajo doméstico y del cuidado de los niños, niñas y otros miembros de la familia (Bizkaia, 2016; Castiblanco Moreno, 2013; Cherie Blair Foundation for Women, 2018; ProMujer, 2017). En Villa de Zaachila, los hombres dedican un promedio de 20.28 horas por semana al trabajo no remunerado. Sin embargo, las mujeres dedican 53.63 horas por semana a trabajos no remunerados, como atender a personas enfermas, ancianas, discapacitadas, cuidar a niños menores de 14 años, preparar y servir alimentos, limpiar sus hogares, lavar ropa y compras (INEGI, 2015).

Disponibilidad de tiempo

Las mujeres con pequeños negocios, por lo tanto, tienen muy poco tiempo disponible para dedicarle a capacitación, creación de redes, búsqueda de nuevos clientes o proveedores y, en general, a ellas mismas, su recreación y desarrollo personal.

Las mujeres se definen como amas de casa, madres/abuelas, esposas, administradoras, proveedoras y vecinas. El rol como amas de casa lo desempeñan todo el tiempo y está directamente relacionado con el rol de madres y esposas. Un rol adicional que es preciso mencionar es el de las abuelas. Las mujeres que ya no tienen hijos dependientes económicamente se dedican a cuidar a los nietos para apoyar a sus hijos/as. Las mujeres manifiestan entre sus anhelos el poder tener más tiempo de calidad para sus hijos, y entre las que tienen pareja, algunas comentaron que les gustaría tener más tiempo para convivir en familia.

Ante las actividades que realizan, no se visualizan espacios de tiempo libre, sin embargo, anhelan poder tenerlo. Cuando llegan a tener un breve espacio de descanso suelen dedicarlo a sus hijos e hijas, y pocas veces mencionan dedicarlo a sí mismas. Por lo mismo, el tiempo libre es el aspecto con que menos satisfechas se encuentran en su vida. En una escala del 1 (nada satisfecha) al 10 (totalmente satisfecha), en general lo valoran en 6.7.

“No tengo tiempo libre pero hago espacios y hago cosas que me gustan como escuchar música o ver películas. A veces lo comparto con mis hijos, nos acostamos, vemos la película. O en mi trabajo a veces no hay clientes, me pongo a leer o ver un video. De vez en cuando salgo a dar una vuelta al centro”.

Mujer emprendedora, 36 años, Zaachila

Actividades adicionales

El 51% afirma realizar actividades adicionales al negocio para generar ingresos complementarios, mientras que el 49% sólo se dedica a su negocio. Entre las actividades suplementarias mencionan el trabajo de limpieza en casas, lavar ropa ajena o un negocio alternativo que no consideran el principal, como venta de alimentos, venta por catálogo, o costura y confección.

Entre las actividades más comunes destacan las actividades del hogar, a la par de tener un empleo o un negocio. Lo más importante es el cuidado de su familia, principalmente los/as hijos/as, a quienes

preparan para ir a la escuela, les dan de comer, lavan su ropa y también procuran para ellos tiempo de calidad como salidas al Tequio o al centro en la cabecera municipal (Villa de Zaachila). Adicional a esto, y prácticamente en simultáneo, tienen que responder en sus trabajos (aquellas que son empleadas (3%) y tienen horarios fijos) o sus negocios, aunque con horarios un tanto más flexibles.

Es clave reconocer la importancia que tiene el cuidado de la familia para las mujeres, así como la relación que éste tiene con el negocio y las demás actividades que llevan a cabo para lograr el bienestar de su familia. El bienestar de ellas/os es el motor para realizar diversas actividades, al mismo tiempo es donde ven reflejado el resultado (desempeño) de las mismas.

“Hago yogurt, tortillas, tostadas, gelatina, y a donde voy me llevo mis catálogos de Tupperware. Me hago mil pedazos, pero haré lo necesario para sacar adelante a mis hijos”.

Mujer emprendedora, 33 años, Zaachila

Toma de decisiones

Las mujeres fungen como proveedoras y administradoras, disponen de sus ingresos para cubrir las necesidades de la familia, principalmente la comida. Y ya sea de manera individual o compartida (con su pareja), deciden sobre el uso que se dará a los ingresos personales o compartidos (cuando cuentan con el ingreso de su pareja). Es decir, deciden sobre los gastos que se realizan para el hogar (alimentación, higiene, servicios) y las acciones implicadas en el mantenimiento de la casa (están encargadas de pedir la pipa de agua, el gas, desazolvar, entre otras).

“Yo soy la que veo cómo organizo mi dinero, qué más compro, qué más, qué días vienen vendedores. Hay veces que no alcanza, pero entonces, cuando llega la luz tengo que ver cómo organizarme”.

Mujer emprendedora, 27 años, Zaachila

El 45% de las mujeres mencionó ser ellas quienes toman las decisiones para administrar la economía del hogar, mientras que un 42% mencionó hacerlo en conjunto con su pareja. En este último caso, por lo general es su pareja quién define el uso de los recursos y ellas se limitan a utilizar los recursos; sin embargo, lo visualizan como una decisión conjunta. Sólo el 3% afirmó que sus parejas son quienes toman las decisiones por sí solos, y un 10% que vive en casas/habitaciones prestadas, depende de las decisiones de los propietarios.

Fuera del ámbito familiar, comparten varios espacios con otras personas: la escuela de los/as hijos/as, el centro comunitario, las juntas de vecinos, el centro de salud, de tal manera que ejercen un rol que podemos nombrar “vecinal” en el que se comunican o ponen de acuerdo para las diferentes actividades de la colonia.

Al ser administradoras del hogar (ingresos propios y compartidos), cuentan con nociones respecto al uso de dinero y prioridades. Por tanto no resulta un tema del todo ajeno, y que pueden transferir a un ámbito de negocio.

Vínculos sociales y redes de apoyo

En un estudio realizado en la Ciudad de México con mujeres de condiciones comparables a las mujeres en Zaachila, la reubicación resultó un factor importante en la desarticulación de vínculos sociales. Moverse constantemente o ser relativamente nuevo en un área en particular significa que las redes de apoyo de las mujeres se cortan, lo que tiene un impacto importante cuando la mayoría de sus negocios se basan en las relaciones personales (ProMujer, 2017). Esto es bastante relevante en Zaachila oriente ya que, como se explica más arriba, el área fue poblada justo después de 1980 debido a la presencia del basurero. La mayoría de las mujeres provienen de diferentes comunidades y orígenes, y se mudaron a Zaachila con sus esposos o familias recientemente. Las mujeres reportan sentir poca confianza, o desconfianza, con sus vecinos, no teniendo a personas fuera de la familia inmediata a quién recurrir en caso de que haya una necesidad o emergencia.

La “envidia” es otro obstáculo específico del género, no mencionado en la literatura sino en las entrevistas. Las mujeres cuyos negocios o emprendimientos están desarrollándose parecen ser el objeto de chismes de los vecinos. Esto afecta su autoestima y sus relaciones con la familia y la comunidad, y puede resultar un obstáculo para sus negocios a largo plazo. El machismo y el patriarcado a menudo enseñan a las mujeres a desconfiar unas de otras. Algunas organizaciones locales abordan este problema promoviendo la sororidad entre las mujeres o alentando a las mujeres a participar en actividades comunitarias como las festividades de la ciudad. Esto contrarresta la idea de que los negocios de las mujeres únicamente producen un “beneficio individual” y permite a la comunidad percibir a los negocios en crecimiento como beneficios para la comunidad en general.



Bienestar y prioridades

Para las mujeres de Zaachila la salud es una prioridad, y la relacionan directamente con su idea de bienestar, ya que si gozan de buena salud pueden tener todo lo demás. Tanto su salud como la de sus hijos/as son sinónimo de bienestar.

En este sentido asocian la buena alimentación y estabilidad económica (el hecho de tener cada día para comer) con elementos necesarios para estar bien, gozar de salud y por ende, tener bienestar.

“Primero que nada es estar bien de salud, tener comida en la mesa y no tener problemas, o no estar pensando todo el día en ese problema”. (Mujer emprendedora, 23 años, Zaachila)

“Hacer lo que me gusta es bienestar, tener lo necesario, si quiero descansar o tomar agua fría, pues tenerlo. Reir, estar contenta. Alimentación, no puede uno estar bien si no ha comido. Ingresos, estar bien. Descanso, tener una camita donde acostarse, cinco minutos aunque sea. Estar tranquilo, un espacio donde uno pueda estar tranquila”. (Mujer emprendedora, 36 años, Zaachila)

Su mayor preocupación es el bienestar de sus hijos/as. Aunque para cada una hay un ámbito prioritario, todas coinciden en pensar en ellos/as como su prioridad número uno. Algunos matices se observan respecto a la posición que ocupa la educación, la salud, estabilidad económica y la alimentación, todo enfocado en que sus hijos/as no estén faltos de ninguno de éstos.

Las historias de vida de estas mujeres son muy variables, los motivos por los cuales llegaron a Zaachila van desde una necesidad apremiante de trabajo hasta el simple deseo de conocer la ciudad, conocer lo diferente. Por esta razón, cada una muestra de diferente manera y en distinto grado sus emociones. La mayoría son mujeres cálidas, empáticas y solidarias, muestran preocupación por su familia, pero también dejan ver que entienden el dolor y angustias de otras mujeres, se apoyan dentro de sus posibilidades y procuran generar un ambiente solidario. Es decir,

aunque se conozcan poco, tienen este factor en común que les hace sensibles a las aflicciones de otras mujeres.

Precisamente de este sentir común, de buscar el bienestar para sus familias, es que se apoyan entre ellas cuando se presentan situaciones donde está en riesgo la posibilidad de atender una prioridad o necesidad básica; aquellas que tienen que ver, por ejemplo, con el dinero para la comida. Por ejemplo, cuando por alguna circunstancia no lograron ganar lo suficiente en un día y deben comprar alimentos para la familia o como insumo del negocio, llegan a pedir fiado.

No se trata de una entera confianza, pero sí de circunstancias que propician empatía y solidaridad, como círculos de apoyo. A pesar de ello, sus círculos de confianza son muy reducidos, la mayoría sólo confía en sus esposos y familia cercana para las emergencias en las que la salud e integridad física está en riesgo.

A continuación, se plantea el orden de prioridad que a nivel general tienen para las mujeres los diferentes temas explorados. No significa que aquellos ocupando los últimos lugares no sean importantes para ellas, sino que ocupan otro lugar de prioridad en su vida.

1	2	3	4	5	6	7	8
Hijos e hijas	Salud	Vivienda	Familia	Educación	Alimentación	Estabilidad económica	Crecimiento personal
9	10	11	12	13	14	15	16
Negocio	tiempo de calidad	Pareja	Crecimiento laboral o profesional	Amistades	Vestido o calzado	Comunidad	Otras mujeres

1. Sus hijos e hijas representan una responsabilidad que tienen como madres, y al mismo tiempo son el motor para que muchas de ellas decidan tomar caminos específicos en su vida, como es el caso de emprender.

“Porque son pequeños, necesitan de mí, no tenemos a alguien más que se preocupe de ellos [...] Es mi prioridad que estén contentos, alimentados, cambiaditos, que vayan a la escuela y jueguen”. (Mujer emprendedora, 36 años, Zaachila)

2. La salud, como se ha mencionado, resulta el pilar del bienestar, así como una condición clave para que ellas puedan llevar a cabo los distintos roles que tienen.

“Con la salud podemos hacer muchas cosas, si no tenemos salud, aunque tengamos dinero no se puede”. (Mujer emprendedora, 65 años, Zaachila)

3. Para muchas, su vivienda representa un logro, y un punto de partida para llevar a cabo otras acciones; se convierte en el centro de convivencia para la familia y en el espacio en el cual su negocio puede existir. El 48% afirma ser dueña del espacio donde viven, y 10% menciona vivir en la casa de su esposo.

Para otras, se convierte en un ideal que esperan en un futuro no muy lejano tener. El 34% de ellas vive en espacios (casas o habitaciones) prestados, y el 8% paga una renta por el lugar donde viven.

“Sin mi casa no tendría nada”. (Mujer emprendedora, 29 años, Zaachila)

4. La importancia de la familia deriva de la satisfacción que genera tenerla cerca o saber que están bien. También representa el principal apoyo (moral y económico) con que cuentan las mujeres, a pesar de que en algunos casos su familia cercana (padre, madre y hermanos/as) se encuentre lejos (en otra localidad, estado o país).

“Mientras tu familia esté bien, es lo importante”. (Mujer emprendedora, 27 años, Zaachila)

5. Para ellas la educación de sus hijos/as representa un deber, así como un indicador de que su esfuerzo ha valido la pena. A diferencia de lo que algunas vivieron, buscan que tanto los hombres como las mujeres concluyan sus estudios. Aspiran a que sus hijos/as puedan ser profesionistas, de tal manera que puedan así tener un empleo y una vida diferente. Por ello se convierte en una preocupación constante, ya que en momentos difíciles puede estar en riesgo la continuidad de ésta.

“Esto me preocupa porque he pensado ya no mandar a mi hijo a la escuela porque hemos estado muy mal económicamente”. (Mujer emprendedora, 23 años, Zaachila)

Algunas han estudiado la primaria o la secundaria siendo adultas, y algunas expresaron querer seguir estudiando, sin embargo, al ser sus hijos e hijas la prioridad en este momento, dejan a un lado este deseo.

6. La base para contar con salud y poder llevar a cabo sus actividades es la alimentación. Es un factor que puede llegar a preocuparles cuando no logran contar con los ingresos suficientes para dar de comer a sus hijos/as.

Un 28% de las mujeres afirma haber modificado su dieta o la de algún integrante de la familia por problemas económicos en los últimos seis meses; generalmente la modifican las personas adultas, dando prioridad a la alimentación de los/as menores de edad.

“Sin alimentación no podría trabajar y por consecuencia no podría tener ingresos”. (Mujer emprendedora, 29 años, Zaachila)

7. La estabilidad económica se concibe como la capacidad de poder solventar los gastos básicos día con día. Y es así que se vuelve importante:

“Tener seguro hoy que mañana sí voy a tener dinero de los gastos de la escuela y de la comida o si se enferma (alguno de sus hijos)”. (Mujer emprendedora, 36 años, Zaachila)

8. El crecimiento personal como concepto resulta un poco ajeno, sin embargo, para quienes lo ven como una posibilidad a desarrollarse, el crecimiento ocupa un lugar importante. Para otras, resulta un poco más difícil visualizar la posibilidad de desarrollo personal.

9. El negocio no ocupa los primeros lugares en prioridad. Hay quienes consideran que la actividad que realizan no es propiamente un negocio. Es un asunto del que se ocupan, pero pocas son las que se muestran enteramente preocupadas por éste. Dedican el tiempo necesario para cubrir la meta de venta diaria que se han establecido a través de la experiencia; por ejemplo, cuántos nicuatoles debe vender en un día o cuántas paletas en la mañana y cuántas en la tarde. El mínimo y máximo de venta que ellas mismas han establecido a través de la experiencia.

10. A pesar de hacer múltiples actividades en un día, aprecian contar con tiempo de calidad con sus hijos e hijas. Lo ven como un espacio de convivencia fuera de las actividades cotidianas que disfrutan y desean.

“Es importante el tiempo de calidad con los hijos, para convivir y educarlos (no todo es regaño)”. (Mujer emprendedora, 28 años, Zaachila)

11. La pareja se ubica en esta posición dado que existen posiciones encontradas, entre aquellas para quienes es alguien muy importante que hay que procurar, atender y con quien han logrado hacer camino juntos; y para quienes ha representado una experiencia poco grata, por lo que se miran mejor sin él.

***“Sin él no estarían mis hijos, no estaría yo tampoco”.
(Mujer emprendedora, 29 años, Zaachila)***

***“Ya tiene un tiempo que no estamos, el compromiso no ha sido el mismo”.
(Mujer emprendedora, 36 años, Zaachila)***

12. De alguna manera se asocia al crecimiento laboral/profesional con un empleo formal o con ser profesionistas. Es por ello que les resulta ajeno y en su contexto, pareciera difícil de lograr.

“Siempre he pensado que si yo hago bien mi trabajo, voy a tener mi trabajo seguro [haciendo referencia al empleo que tiene]”. (Mujer emprendedora, 42 años, Zaachila)

13. Para ellas las amistades representan una oportunidad en su negocio, ya que a través de ellas pueden ser recomendadas o alguien más las puede conocer. Sin embargo, para muchas es un elemento poco visible en sus vidas, al ser poco sociables como resultado del contexto de desconfianza en el que se desenvuelven. No obstante, están abiertas a conocerse en espacios seguros.

“Mientras nosotros tenemos comunicación con la gente nos ayudamos, es importante tener comunicación con cualquier gente. Si la gente me habla bien, yo tengo que responder bien”.
(Mujer emprendedora, 40 años, Zaachila)

14. El vestido y calzado, en todos los casos, ocupa los últimos lugares de prioridad, esto porque pueden encontrar opciones accesibles en la zona y no representa un gasto recurrente para ellas.

“No es algo que me preocupe, crecí descalza, no me interesa”.
(Mujer emprendedora, 52 años, Zaachila)

15. No se involucran mucho en la vida de la comunidad, por tanto, esta no representa una prioridad para ellas. Si bien algunas esperarían que mejoren aspectos de ésta como la seguridad, infraestructura, limpieza y organización; no se involucran activamente en ello. Es por ello que consideran tener otras prioridades antes de preocuparse por la comunidad en la que viven.

16. La relación con otras mujeres es importante en tanto exista una identificación de género y empatía hacia otras mujeres. Se reconoce la necesidad de contar con este elemento en sus vidas para recibir apoyo y salir adelante, sin embargo, también se reconoce que son escasos los momentos y espacios en que se fortalecen estas relaciones. Esto por la dinámica diaria en que están inmersas y por la falta de espacios en la zona.

“Es importante porque hay amigas de verdad que te sacan de la depresión”. ***(Mujer emprendedora, 51 años, Zaachila)***

“A veces uno quiere ayudar a las mujeres pero no se dejan”.
(Mujer emprendedora, 54 años, Zaachila)

Se reconocen como activo de su familia y negocio – si ellas están bien, la familia puede estar bien y el negocio también; siendo la salud la base para ello.

El negocio y el desarrollo de éste deben proveer al bienestar familiar, especialmente el de sus hijos/as, no se visualiza como una acción desvinculada.

Se pueden continuar desarrollando las bases de solidaridad y empatía que hasta el momento han construido.



I. Emprendiendo en Zaachila oriente: Contexto y notas sociodemográficas

Villa de Zaachila y Zaachila oriente:

“Antes tenía la necesidad porque, si trabajaba en algo no me alcanzaba el dinero y tampoco podía trabajar porque no había quién cuidara a mis hijos. Tenía preocupación, muchas carencias y hasta tristeza [...] Después de aprender a hacer aretes, todas las noches comencé a hacer aretes, al otro día iba a venderlos. Me di cuenta que podía venderlos en casa de alguna amiga o vecinas, y regresábamos con dinero para comer o comprar las cosas de la escuela que le encargaban [a su hijo]. Pues me dio esperanza, me ayudó bastante [refiriéndose al negocio]”. (Mujer emprendedora, 36 años, Zaachila)

“Somos trabajadoras y tenemos ganas de salir adelante [...] Si nos uniéramos a veces podríamos apoyarnos y tener más comunicación [...] juntar ideas y puede salir algo maravilloso”.

Mujer emprendedora, 36 años, Zaachila

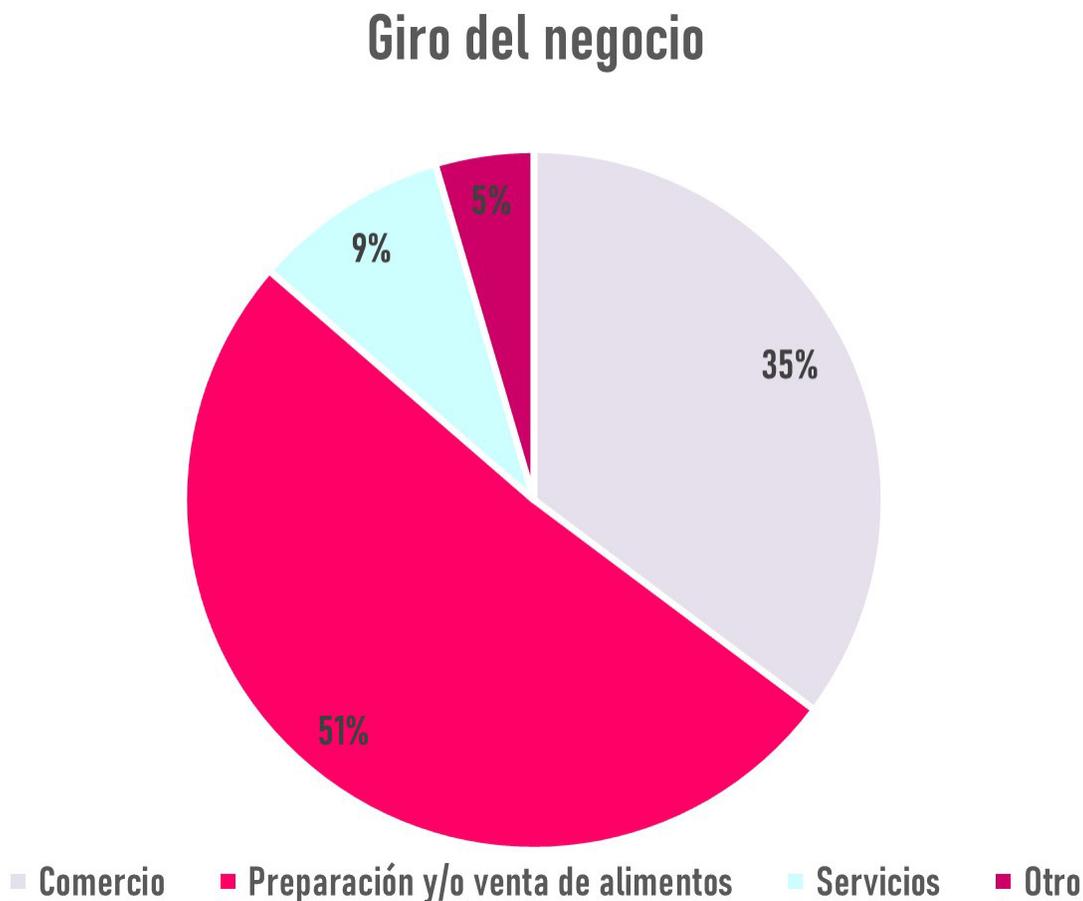
¿Cómo son los negocios de las mujeres en Zaachila oriente?

Dentro de las distintas zonas dentro de Zaachila oriente, cada colonia cuenta con una calle principal sobre la cual están establecidos la mayoría de los negocios: misceláneas, estéticas, alguna ferretería y negocios de venta de comida preparada. Además de estos negocios más visibles, cientos de mujeres venden desde sus casas (45% de las participantes al diagnóstico), ya sea por pedido o sobre su banqueta. Muchas otras recorren las escuelas para vender sus productos o recurren al ambulante (31%). Sólo el 20% tiene un espacio de venta, ya sea un local propio (6%), alquilado (8%), o prestado (6%) fuera de casa. Aunque la mayoría de los negocios están relacionados a la venta de alimentos, hay una gran diversidad de giros, pudiéndose encontrar venta de tortillas, ópticas, servicio de masajes, producción y venta de artesanías, venta de comida preparada, tiendas y estéticas. A pesar de ser una zona económicamente limitada, las mujeres han encontrado formas de generar ingresos para sus familias.

El 83% de los negocios de las mujeres brindan productos/servicios a personas que viven en Zaachila oriente, sólo el 15% brinda productos/servicios a personas del municipio de Zaachila y sus alrededores, y un 9% los ofrece a personas de la región de los Valles Centrales.

Actividades económicas (negocios) en Zaachila oriente

Los negocios representan diversos giros, habiendo una mayor representación de aquellos que se dedican a la preparación y/o venta de alimentos.



Enfrentando la dificultad del contexto que ya hemos retratado, la mayoría de las mujeres afirman que su negocio tiene entre 2 y 5 años de vida (48%), el 25% entre 6 y 10, y el 27% más de 10 años. Esto no significa que las mujeres se hayan dedicado continuamente al mismo negocio, ya que muchas veces las mujeres cambian de giros, o paran durante un tiempo para la crianza de hijos, el cuidado de familiares enfermos u otras eventualidades.

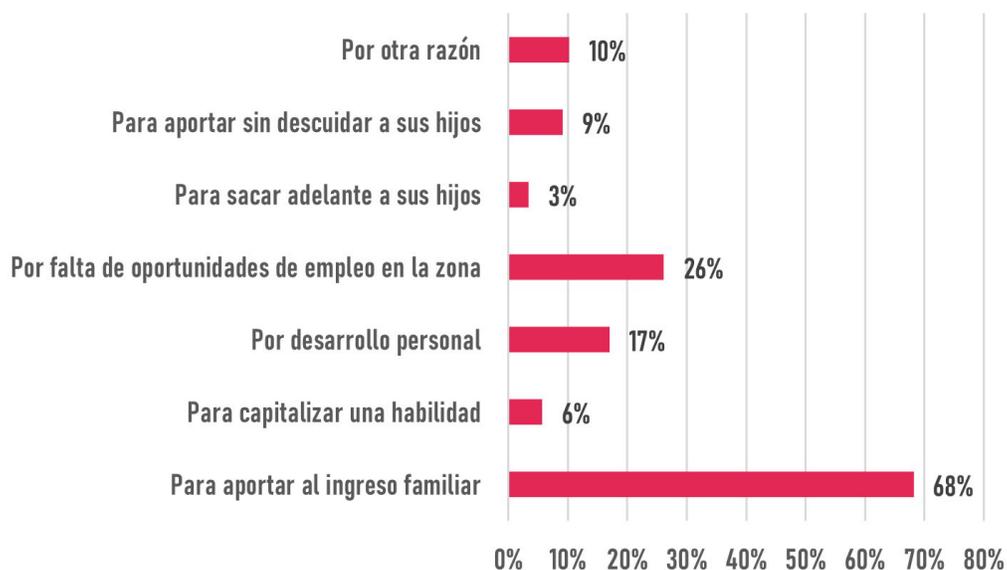
Un aspecto crucial para ellas es la flexibilidad de horarios que les brinda un negocio propio, adicional a que sus hijos/as puedan estar ahí o acompañarlas en la venta (en caso de ser ambulante). Su negocio representa una oportunidad para generar ingresos, sin contar con una prohibición o limitación para descuidar a sus hijos/as. Además, muchas no contarían con la posibilidad de dejar a sus hijos/as al cuidado de alguien más, ya sea por cuestiones económicas, por la falta de servicios de cuidado gratuitos o accesibles en la zona y por razones relativas a los círculos de confianza.

“Antes tenía la necesidad porque, si trabajaba en algo no me alcanzaba el dinero y tampoco podía trabajar porque no había quién cuidara a mis hijos. Tenía preocupación, muchas carencias y hasta tristeza [...] Después de aprender a hacer aretes, todas las noches comencé a hacer aretes, al otro día iba a venderlos. Me di cuenta que podía venderlos en casa de alguna amiga o vecinas, y regresamos con dinero para comer o comprar las cosas de la escuela que le encargaban [a su hijo]. Pues me dio esperanza, me ayudó bastante (refiriéndose al negocio)”.

Mujer emprendedora, 36 años, Zaachila

Las mujeres comenzaron sus negocios por necesidad económica, además de que están implícitas las ventajas de un negocio propio sobre un empleo. El 65% de las mujeres decidió emprender para aportar al ingreso familiar, seguido por el 25% que lo hizo por falta de oportunidades de empleo en la zona; en menor medida mencionan otras razones para iniciar, como se muestra en el siguiente gráfico. Entre las principales razones por las que eligieron este tipo de negocio se identifican “ya lo sabía hacer” (38%), “identificó una necesidad en la zona” (19%), y “le permite tener tiempo para cuidar a sus hijos/as” (14%).

Razones para emprender



Los emprendimientos inician en medio de situaciones adversas, como la falta de recursos para invertir, la falta de instituciones o familiares que puedan cuidar a los hijos y aligerar la carga de cuidado, no tener tiempo para descansar, soportar los comentarios negativos de la gente, entre otras. Sin embargo, estas mujeres rebasaron todas estas adversidades por la necesidad de generar ingresos y contribuir con el bienestar familiar.

“La gente aquí es muy envidiosa dicen ‘quién sabe cómo le hizo’, ‘quién sabe a dónde fue,’ es raro que digan respeto a esa mujer porque esa mujer le echó ganas’, es rarísimo”.

Mujer emprendedora, 26 años, Zaachila

El 61% inició su negocio con recursos propios, sin embargo, mencionan que fue uno de los factores más complicados, ya que estos eran limitados. Para algunas, representó la necesidad de recurrir a préstamos de familiares (15%) o de instituciones bancarias (14%).

Situación del negocio en el momento del diagnóstico (2018)

Los negocios en esta zona se hacen prácticamente de manera individual (autoempleo). Los negocios o pequeños emprendimientos están principalmente a cargo de ellas; los hombres tienden a trabajar como ayudantes de albañilería, taxistas/choferes o fuera de la localidad como obreros. El 60% de las mujeres trabajan solas en el negocio.

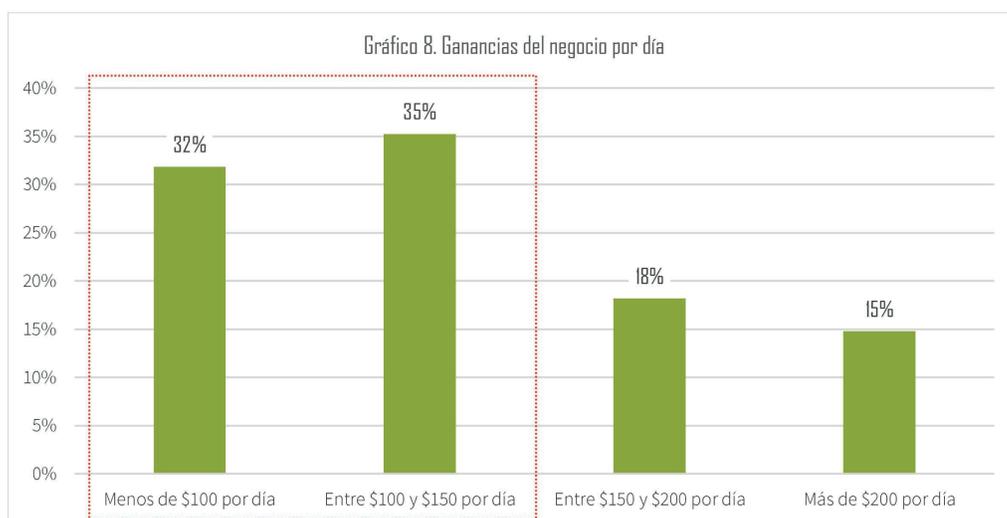
En cuanto a la toma de decisiones y administración de los negocios, el 78% de las mujeres se encarga de tomar las decisiones del negocio; son ellas las encargadas de apartar el dinero, invertir, gastar y distribuir los ingresos.

El 31% de los casos cuenta con dos personas dedicadas al negocio, sin que necesariamente reciban una retribución económica por ello, es decir, en muchos casos se trata de un familiar o conocido que apoya con las tareas del negocio. En este momento no pueden darse el lujo de contar con alguien que trabaje el negocio, al indicar que “apenas sacan para ellas.” Entre las mujeres que dijeron tener empleados o ayudantes, éstas mencionaron que es principalmente para ayudar a algún muchacho o alguna mujer que necesita el dinero. No es propiamente que ofrezcan empleo, sino que apoyan con tareas concretas que les son remuneradas. Solamente el 11% afirma contar con empleados/as que reciben una retribución económica por su participación en el negocio.

Respecto a la rentabilidad y ganancias que generan los negocios, el 77% de las mujeres gana hasta \$150 pesos diarios, mientras que sólo el 15% gana más de \$200 al día (gráfico 8).

El 52% de ellas le dedica entre 6 y 10 horas por día, mientras que el 23% le dedica más de 10 horas y el 24% menos de 5. En promedio, las mujeres dedican 11 horas diarias a sus negocios (trabajando 5 a 6 días por semana).

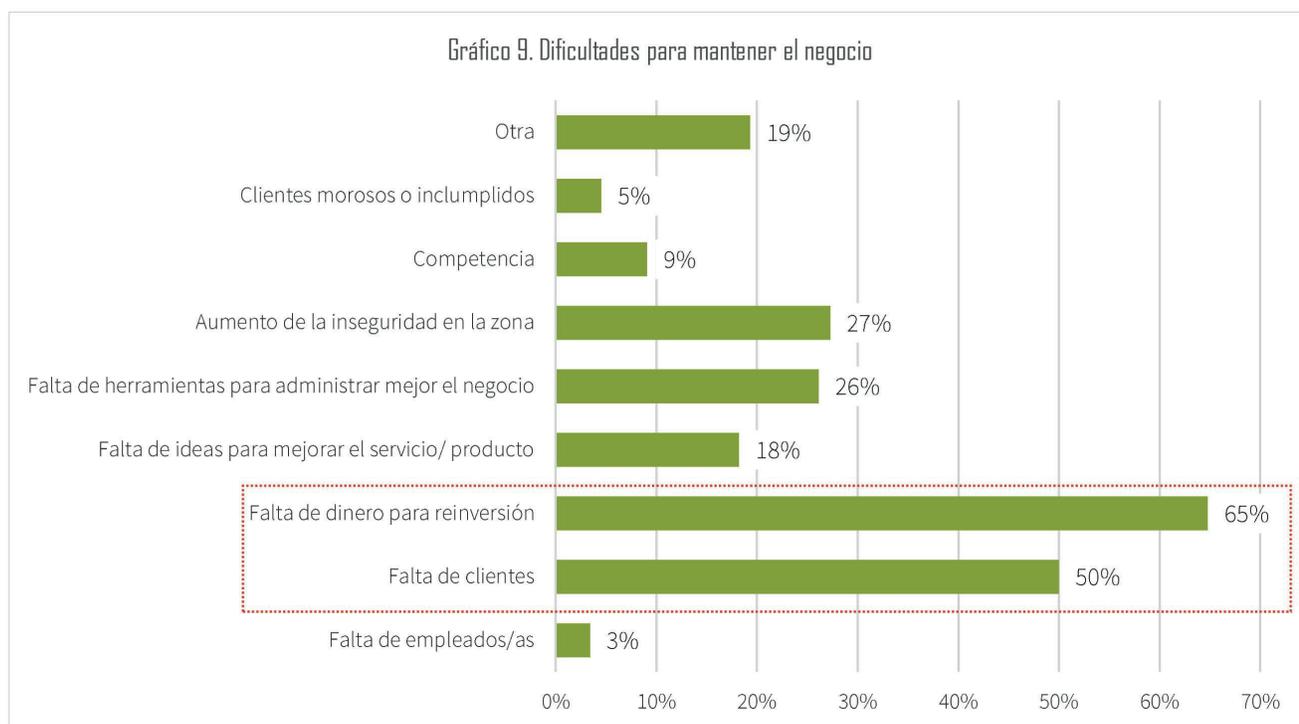
Cabe destacar que es difícil calcular las ganancias cuando no cuentan con mecanismos de administración o contabilidad que les permitan identificar los ingresos de las distintas fuentes (ingreso de la pareja, recursos de un programa social/gubernamental, aportaciones de otros integrantes de la familia, etc.) y ganancias específicas del negocio. La línea entre ingresos y egresos familiares, del hogar y el negocio, es muy delgada; suelen usar indistintamente el dinero en uno u otro ámbito.



Elaboración propia, con datos del cuestionario a 88 mujeres emprendedoras de Zaachila. Julio-agosto 2018.



Dificultades para sostener el negocio



Elaboración propia con datos del cuestionario a 88 mujeres emprendedoras de Zaachila. Julio-agosto 2018. Respuestas permitían opción múltiple.

El 98% de las mujeres no han recibido apoyo o asesoría enfocada a sus negocios por parte de instituciones gubernamentales o sociales. El 2% que ha recibido algún curso o asesoría cuenta con negocios más desarrollados.

Actualmente son pocas las que se apoyan de herramientas básicas como libretas para llevar control de los productos que han dado a plazos (apartados); algunas otras utilizan el celular para hacer cuentas (calculadora), o para recibir pedidos (mensajes de texto, llamadas o WhatsApp).

Entre los principales retos o dificultades que han enfrentado para mantener su negocio, encontramos la falta de capital para reinvertir (65% de los casos), entendiendo la reinversión como la compra inmediata de insumos, y no una inversión planeada a mediano y/o largo plazo. Vinculado a esto, el 26% identifica la falta de herramientas para administrar mejor el negocio como un reto, y el 50% identifica la falta de clientes. Esto último se relaciona directamente con la situación precaria que enfrentan las familias en la zona, mismo que limita su potencial de compra.

Es importante destacar que el 27% visualiza en la inseguridad de la zona una dificultad para continuar con sus negocios, esto debido a que no se puede salir con la misma tranquilidad para ofrecer sus productos. Ninguna mencionó un tema de violencia o extorsión directa hacia ellas, sus negocios y/o sus familias.



Lazos sociales

Precisamente de este sentir común, de buscar el bienestar para sus hijos y familia, es que se apoyan entre ellas cuando se presentan situaciones donde está en riesgo la posibilidad de atender una prioridad o necesidad básica. Cuando por alguna circunstancia no logran ganar lo suficiente en un día y deben comprar alimentos para la familia o como insumo del negocio, llegan a pedir fiado a sus familiares o conocidos/as. Su familia representa el principal apoyo (moral y económico) con que cuentan las mujeres, a pesar de que en algunos casos, los parientes cercanos (padre, madre y hermanos/as) se encuentren lejos en otra localidad, estado o país. Sin embargo, sus círculos de confianza son muy reducidos, la mayoría sólo confía en sus esposos y familiares cercanos para las emergencias en las que la salud e integridad física está en riesgo.

Para ellas, las amistades pueden tener un impacto positivo en sus negocios, ya que a través de ellas pueden ser recomendadas, pueden conocer nuevos/as clientes/as o bien pueden obtener consejos para mejorar sus ventas. Sin embargo, son dinámicas que recaen en la confianza, misma que debe irse fortaleciendo en espacios seguros.

Cómo se ha mencionado, ellas no se involucran en temas de la comunidad, no obstante, algunas expresan su preocupación por la seguridad, infraestructura, limpieza y organización en el entorno. Consideran tener otras prioridades antes que preocuparse por la comunidad en la que viven.

La relación con otras mujeres es importante en tanto exista una base de sororidad. Se reconoce la necesidad por contar con este elemento en sus vidas para recibir apoyo y salir adelante, sin embargo, también se reconoce que son escasos los momentos y espacios en los cuales se puedan fortalecer estas relaciones, esto por la dinámica diaria en que están inmersas y por la falta de espacios de convivencia en la zona.

IV. Un negocio exitoso es aquel que permite la reproducción de la vida

Entre las mujeres, la definición de éxito personal se asemeja a una lucha ganada. Al hablar de éxito se remiten a “logros alcanzados”, “tener salud”, “tener una casa”; porque estos hitos representan grandes logros en el contexto en el que se desenvuelven. El éxito es “lograr las condiciones básicas de vida que reducen su vulnerabilidad o riesgos”. Éste no está en función de otros/as (en términos de sobresalir), sino en sobrellevar la adversidad de su propia situación. Para ellas, el éxito parte de haber vivido y superado experiencias adversas del pasado, y haber mejorado su situación respecto a esas experiencias:

“Yo creo que soy exitosa porque he vivido sola desde los 13 años, he tenido techo. Mi papá me enseñó a trabajar”.

Mujer emprendedora, 65 años, Zaachila

Aunque son mujeres que se consideran exitosas, imaginan para sus hijos/as una vida diferente, con las oportunidades que ellas no tuvieron como estudiar, y aspiran a verlos con una licenciatura y como profesionistas, para así tener un empleo estable que les proporcione mejores ingresos y una forma de vida distinta (menos limitada y angustiante).

“[Le dice a sus hijos/as] échale ganas porque no quiero que el día de mañana estés como yo de tortillera”.

Mujer emprendedora, 51 años, Zaachila

“Mi cocina donde hago mis tortillas para vender, significa mucho porque de aquí me gano la vida y me ayuda mucho”.

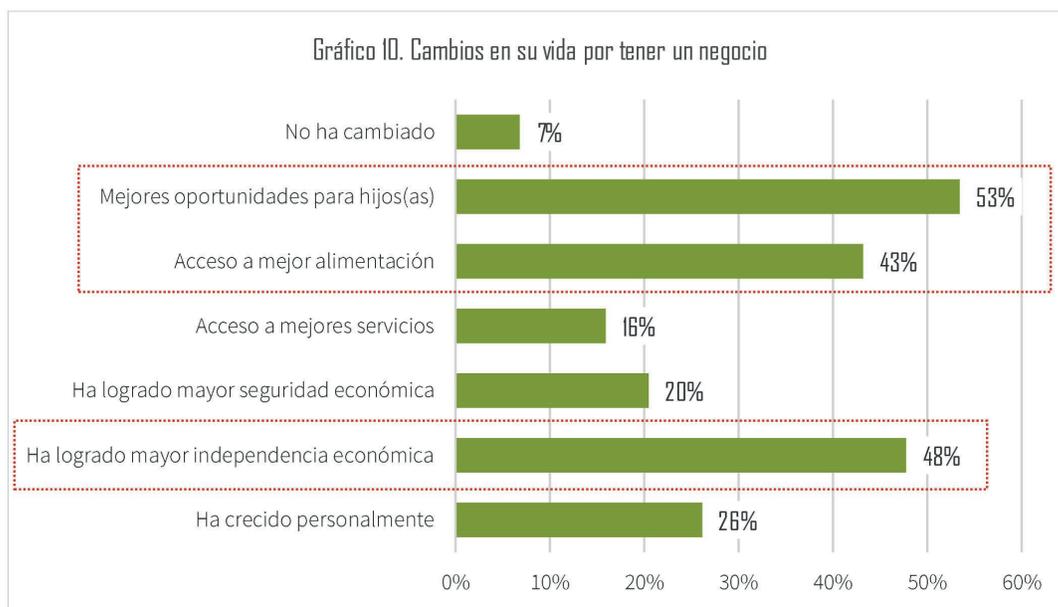
Mujer emprendedora, 51 años, Zaachila

“Mi máquina (de coser) me ha dado mucho, de ahí comemos, pagamos luz, compramos medicamentos, compramos gas, compramos todo”.

Mujer emprendedora, 54 años, Zaachila

A pesar de los retos que cada uno de los negocios representa, el 95% de las mujeres considera que vale la pena mantenerlo. Esto debido a que para el 65% genera ganancias, mientras que el 50% considera que su actividad puede aportar al bienestar de su familia, y refuerza el hecho de que para muchas es la única fuente de ingresos o porque contribuye significativamente a los gastos del hogar.

Para la mayoría (46%), una de las razones por las cuales vale la pena conservar el negocio es debido a que les brinda satisfacción personal. En este tenor, el negocio hace que se sientan como parte activa de la construcción del bienestar de su familia, en particular de sus hijos/as, a través de la participación económica y por la sensación de libertad que les proporciona.



Elaboración propia con datos del cuestionario a 88 mujeres emprendedoras de Zaachila. Julio-agosto 2018. Respuestas permitían opción múltiple.

Adicionalmente a estos motivos, las mujeres en su mayoría (93%) han identificado cambios en su vida a partir de que cuentan con el negocio. Destacan las oportunidades para sus hijos/as, alineado con su prioridad y objetivo en la vida, acceso a mejor alimentación, el cual está vinculado con lograr un mayor bienestar a nivel personal y familiar, y por último lograr mayor independencia económica. La última es altamente valorada por las mujeres, ya que les permite una mayor autonomía en cuanto a toma de decisiones se refiere, además de la satisfacción que a nivel personal les genera.

“Aprendes a valorar más las cosas, es un cambio de perspectiva”.

Mujer emprendedora, 27 años, Zaachila

“Antes tenía muchas preocupaciones por el dinero. Perdió el trabajo (su marido) y toda la carga se me vino a mí. Yo trabajaba pero al mismo tiempo vino el estrés [...] Estuvo bien por lo que hemos avanzado, bajo el estrés, sí nos resulta”.

Mujer emprendedora, 42 años, Zaachila

Es por ello que el 68% de las mujeres afirmó querer llevar su negocio hacia la generación de mayores ganancias, relacionada con poder vender su producto/servicio a un mayor número de personas, no necesariamente lo visualizan a partir de la generación de valor agregado en su producto/servicio. Por otro lado, el 44% quiere tener la capacidad para invertir más y un 43% espera tener más puntos de venta/servicio, mayoritariamente vender en colonias cercanas.

Algunas mujeres aspiran a tener un negocio grande (más ventas e ingresos) y establecido (estabilidad económica y clientela cautiva). Incluso, en algunos casos pequeños con dar empleo a otras personas y que su negocio solvente las necesidades de su casa, aspirando a mayor tranquilidad y tiempo para sus hijos/as.

Perspectiva de un negocio exitoso

En el imaginario común de las mujeres, un “negocio exitoso” es aquel que vende mucho y que tiene varios empleados, que logran mantenerse en el tiempo y que ofrece un producto o servicio deseado en la zona, que a la gente le guste, lo recomiende y lo busque. Este imaginario lo construyen a partir de los diferentes estímulos a los que están expuestas, sin embargo, no cuenta con ejemplos concretos en la zona a los que refieran o tomen como ejemplo.

Su percepción de negocio exitoso se asemeja a la del éxito personal, un esfuerzo que se ve recompensado a través de los resultados.

**83% de las mujeres considera
que su negocio es exitoso**

Son varios los motivos por los cuales se consideran negocios exitosos, entre los que destacan la sobrevivencia/manutención que posibilita, la oferta de un producto que se vende, generando ganancias y permanencia de clientes. Estos se convierten en evidencias de éxito para ellas.

Esperarían que estos atributos pudiesen potenciarse, de tal manera que logren pasar de la sobrevivencia y manutención a negocios que generen mayores ganancias.

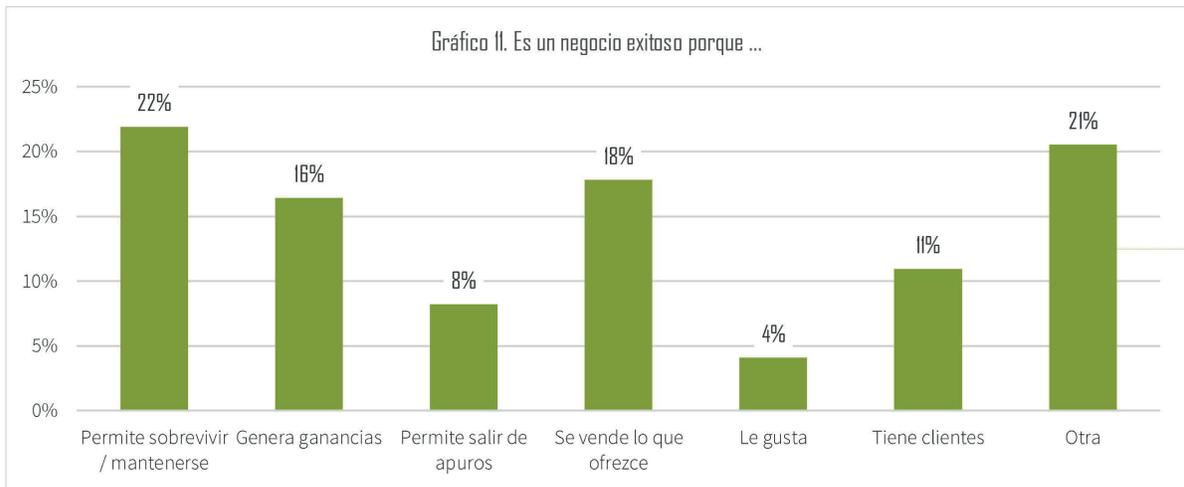
“Ser autosuficiente, no depender de muchos... ser autosuficiente en mi negocio, que mi negocio funcione bien gracias a lo que estoy haciendo”.

Mujer emprendedora, 36 años, Zaachila

Sin embargo, existe un pequeño grupo (17%) que no considera su negocio exitoso o no está del todo segura; esto porque no les está permitiendo generar ganancias, representando un mayor desgaste que satisfacción.

**“Porque trabajo nada más para sobrevivir,
ya no se puede ahorrar”.**

Mujer emprendedora, 48 años, Zaachila



Elaboración propia con datos del cuestionario a mujeres emprendedoras de Zaachila. Julio-agosto 2018. 73 cuestionarios aplicados.

“Siempre me han dicho que cómo le hago, siempre he sido muy trabajadora, no me quedo quieta, eso quiere decir o no sé... es que yo busco la forma, es lo que le digo, ya llego a la casa y tengo un poquito de dinero”.

Mujer emprendedora, 40 años, Zaachila

En este contexto, donde las mujeres y sus negocios comparten características, encontramos casos excepcionales cuyas características destacan del resto.

Ser negocios planificados: El surgimiento del negocio se hizo de manera planificada. En estos casos se pensó que giro podría funcionar mejor en la zona, con qué capacidades (inherentes o aprendidas) contaban, se ahorró para empezar, se pensaron las actividades y se distribuyeron para un mejor funcionamiento. En algunos casos, el inicio pudo ser menos planeado, pero el tiempo ha permitido contar con una planeación básica.

Representar la única fuente de ingresos: Los negocios son la única fuente de ingresos para la familia, sea exclusivo de las mujeres (en caso de ser soltera o viuda) o compartido con la pareja. La familia completa depende de esta actividad, por ello se dan a la tarea de dedicarle tiempo, de ponerle atención y buscar la manera de hacerlo productivo.

Contar con una base mínima de administración: En estos casos cuentan con nociones básicas de administración. Dependiendo del tipo de negocio, se piensa en inversiones más grandes para maquinarias de mayor producción (para elaboración de paletas, maquilas, molino), utilizan estrategias de venta para beneficiar al cliente y garantizar la salida de mercancía (sistemas de apartado, pedidos por WhatsApp), buscan dinámicas para contabilizar los ingresos y egresos, así como mecánicas de ahorro o piensan en la manera de diversificar su actividad para generar más recursos. La organización dentro del negocio considera las necesidades familiares, sin descuidar los horarios de venta y compra de materia prima; incluso se busca la participación y apoyo de los integrantes de la familia conforme a sus posibilidades.

Tener visión de negocio: Existe una visión a largo plazo sobre el curso que se espera siga el negocio; se visualiza un negocio que genere mayores ingresos, inversión y permita la expansión. El negocio es de vital importancia, es preferible a tener un empleo, pues se le reconocen ventajas en tiempo, esfuerzo y economía.

“Hay gente que me ha preguntado: oiga, si usted tiene su marido, ¿por qué trabaja?. Y yo le digo: en primera porque me gusta trabajar y, en segunda, no estoy acostumbrada a que me den. Si él no consiguió, yo consigo”.

Mujer emprendedora, 44 años, Zaachila

Las mujeres con este tipo de emprendimientos se perciben como trabajadoras, optimistas y exitosas. Reconocen humildemente que son vistas como ejemplo para otras mujeres, por ello es que las apoyan, las aconsejan y acompañan en los temas conflictivos, familiares y de emprendimiento.

“Yo sí me considero una mujer trabajadora porque no se me hace difícil, todo lo que me pongan pues yo lo hago”.

Mujer emprendedora, 40 años, Zaachila

“Es lo que le digo a mi hija ahorit: hija, no hay que dar pena, vamos a vender, ofrécele, quiero que crezcas, quiero que seas como yo; a mí no me da pena, al rato te juntas, te casas y te dejan por x cosa, ni sabes ganar de comer. Y eso es lo que quiero, que mi hija aprenda pues”.

Mujer emprendedora, 40 años, Zaachila

Las mujeres con este tipo de emprendimientos organizan su día de tal manera que puedan realizar todas las actividades necesarias, desde las actividades de cuidado hasta las del negocio, sin dejar de lado el tiempo de calidad para la familia. No tienen tiempos de descanso suficientes; durante la semana la dinámica es estructurada, de tal manera que no se afecte el negocio o se descuiden las ocupaciones del hogar.

“Lo que tengo en mente y lo que quiero comprar es una máquina de paletas y necesito ayuda para ahorrar. Necesito mi máquina y unos carritos”.

Mujer emprendedora, 44 años, Zaachila

Es importante reconocer el camino andado y el éxito alcanzado para construir sobre éste y generar seguridad en las mujeres. Esto debe construirse sobre un marco de relevancia para ellas, y como una motivación para potenciar el desarrollo de sus negocios que esté directamente vinculado con la posibilidad de ofrecer un escenario futuro distinto para sus hijos/as.

Una última reflexión sobre esta línea tiene que ver con la importante carga mental, física y de tiempo que implica para las mujeres el ser las principales responsables, de forma desproporcionada, de las labores de cuidados. El participar en espacios de formación o fortalecimiento de capacidades, como el proyecto Mujeres A.V.E., o el tener tiempo para compartir con otras mujeres, implica una decisión importante para las mujeres que cuentan con tiempos sumamente limitados. De ahí que todo proceso deba comunicar con claridad la posibilidad de flexibilidad para responder a las necesidades de las mujeres, y los beneficios que les traerá a corto y largo plazo, el participar en las actividades.

V. Etapa piloto de implementación de Mujeres A.V.E. 2019-2021

A partir del diagnóstico y de la experiencia de trabajo de SiKanda en la zona, se implementó la etapa piloto de Mujeres A.V.E entre 2019 y 2021, alcanzando a cerca de 100 mujeres en Zaachila oriente quienes han participado en las siguientes actividades:

Curso básico de capacitación en negocios: Las participantes cursaron una capacitación base de 36 horas, en donde se abordaron temas como plan de negocios, costos, gestión de riesgos, etc. La capacitación inició utilizando el programa “Get Ahead: género y emprendimiento” de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), pero se ha ido modificando para incorporar aspectos relevantes para las mujeres de Zaachila oriente, como discurso de ventas, ahorro, misión y visión del negocio, cooperativismo, entre otros.

Acompañamiento y asesoría personalizada: en promedio, cada mujer recibió 6 horas de acompañamiento personalizado en negocios, que les permitió poner en práctica algunos de los aprendizajes del curso base e implementar nuevas estrategias para sus negocios. Este “coaching” generó un espacio de diálogo que muchas veces trascendía los negocios y se convirtió en un espacio de confianza para las mujeres y el equipo de proyecto.

Talleres técnicos: Talleres cortos (1-3 horas) dirigidos a aspectos técnicos relacionados con el giro de los negocios de las mujeres, tales como cría y cuidado de gallinas, preparación de productos de belleza naturales, entre otros. Se seleccionaron talleristas externos que pudieran brindar las herramientas necesarias para que las mujeres fortalecieran lo que ya implementaban en el negocio.

Talleres para el desarrollo de habilidades: estos talleres se vincularon a aspectos de habilidades blandas, como organización del tiempo, manejo del estrés y trabajo en equipo. Participan mujeres de distintos giros de negocios, pero que quieren obtener más herramientas para su vida y compartir con sus compañeras.

Talleres para el uso de TIC en sus negocios: ante el impacto de la pandemia por COVID-19, se incorporaron actividades para que las mujeres pudieran aprovechar de mejor manera sus celulares para comunicarse y para hacer negocios. Se incluyeron talleres presenciales y a distancia sobre el

uso de celular para fotografiar productos, uso de WhatsApp y Facebook para ventas, Canva e InShot para publicidad, y otras herramientas para venta en redes sociales y para recibir pagos, tales como transferencias bancarias, CoDi y terminales de cobro portátiles.

Espacio AVE: un espacio físico localizado en el Centro Comunitario en donde las mujeres pueden solicitar información e inscribirse al programa, exponer sus productos, solicitar apoyo para otras tareas como el envío por paquetería de sus productos, y convivir en un espacio seguro y de confianza. Cuenta también con una biblioteca con títulos sobre negocios, pero también sobre aspectos de crianza, feminismo, autogestión, ginecología, literatura, etc.

Visitas de intercambio de experiencias: visitas a negocios o colectivos de mujeres en otras localidades, como Santo Tomás Jalieza y Teotitlán del Valle, en donde las participantes pueden intercambiar aprendizajes y aprender del camino recorrido por otras mujeres. De particular importancia fue que en estos intercambios pudieron observar que mujeres de otras comunidades o de giros de negocio distintos, enfrentan retos similares en materia de roles de género que en algún momento dificultaron o dificultan su camino, compartiendo estrategias y aprendiendo mutuamente de cómo han hecho frente a estas barreras.

Participación en expo ferias: para poner en práctica discurso de ventas, presentación de productos y servicios y otras habilidades, se buscaron espacios de participación en expo ferias en la Ciudad de Oaxaca y Zaachila, y se generaron pequeñas ferias en Zaachila oriente para que las mujeres generaran ingresos al tiempo que implementaban aprendizajes de los talleres.

Convocatoria para inversión semilla: en 2021, se lanzaron convocatorias abiertas a todas las participantes para aplicar a pequeñas inversiones semillas en insumos, materiales o equipos que pudieran fortalecer sus negocios. Esto para que las mujeres accedieran a una inversión directa en su negocio y además practicaran el planear y presentar sus necesidades de inversión.

Servicios adicionales: el Espacio AVE y el equipo de proyecto brindaron adicionalmente servicios que facilitaron la participación de las mujeres en los talleres, incluyendo servicios de guardería y ludoteca. También se ofrecen servicios de acompañamiento psicológico y legal, y de canalización a servicios médicos (incluyendo dentales).



Impactos de la COVID-19:

La crisis sanitaria impactó no sólo la salud de las personas, sino también sus actividades económicas. SiKanda inició el confinamiento a finales de marzo de 2020, suspendiendo temporalmente todas las actividades presenciales y buscando adaptar los procesos para continuar los trabajos de forma remota.

Para junio de 2020, se realizó un sondeo vía telefónica a las participantes de Mujeres A.V.E. para documentar el impacto de la pandemia en sus negocios. Para ese momento:

El 39% de las mujeres habían dejado de vender de forma permanente.

El impacto principal fue una disminución de las ventas (21%), mientras que otras habían dejado de vender por completo (6%).

Se documentaron problemas con el negocio, como con la compra de suministros (12%) y problemas para acceder a los clientes (21%).

Los participantes consideraron que las 3 razones principales para las menores ventas fueron: un cambio en las prioridades de sus clientes (que buscaron artículos básicos y alimentos); falta de disponibilidad de productos para vender; y que la gente no contaba con ingresos para gastar.

Se documentó el cierre de espacios de venta, como el mercado municipal el 22 de mayo, en el que algunas mujeres venden sus productos. El perder los espacios físicos por el confinamiento y las medidas de prevención, implicó que las mujeres perdieran también sus ingresos.

Algunos testimonios de las participantes mencionan:

"No tengo venta, todas las personas dan prioridad a la comida".

"Mi negocio es necesario, pero no indispensable, mi trabajo es compostura y ahorita la gente prefiere comprar su despensa que componer ropa. Lo que utilizamos nosotros ya se elevaron de precios, ya no son los mismos que antes comprábamos, todo subió de precio. Me da pena cobrarle más a mis clientes porque todos estamos igual de mal económicamente".

“El trabajo ya bajó y eso afectó lo económico y mi esposo se quedó sin trabajo y no podemos salir a ofrecer lo que hacemos. Hemos ido a juntar residuos de reciclaje para vender, hemos ido a buscar sobre carretera y otros lugares donde tiran basura”.

Algunas de las estrategias para afrontar la pandemia que implementaron las mujeres en sus negocios, según la encuesta, fueron:

- Ventas digitales
- Cambiar temporalmente el giro del negocio
- Reducir sus horas de trabajo
- Generar alianzas con proveedores u otros negocios
- Servicio a domicilio
- Reducir los precios de sus productos o generar promociones
- Tratar de respetar los precios, a pesar del incremento de precios de los insumos

Otros impactos de la pandemia sobre la vida de las mujeres que se documentaron fueron:

- Necesidad de nuevos arreglos en la dinámica familiar para las labores de cuidados
- Muchas mujeres regresaron a sus comunidades de origen, donde se cuenta con acceso a alimentos básicos y posibilidad de cosechar o ayudar a los familiares con el trabajo
- Aumento del trabajo de cuidados con niñas y niños: las mujeres tuvieron que adoptar el rol de maestras de sus hijos e hijas, acompañarles en las tareas y otras labores, lo que disminuyó el tiempo disponible para ellas y sus negocios
- Incremento de la inseguridad alimentaria
- Impactos negativos en la salud mental por el estrés, incertidumbre, pérdidas de ingresos y otras afectaciones
- Impacto en la salud mental
- Muchas mujeres fueron las únicas proveedoras en el hogar, lo que incrementó la presión sobre ellas
- Necesidad de poder enfocarse en sus hijas, hijos o familiares, por encima de otras actividades
- Pocas oportunidades para prácticas de autocuidado
- Dificultad para manejar las emociones de crisis
- Se identificaron sentimientos de tristeza, temor y estrés
- Dificultad para enfrentar procesos de duelo por la imposibilidad de cumplir con los ritos tradicionales, o por no poder compartir el duelo con otros familiares
- Incremento de la violencia de género en la comunidad
- Incremento de problemas en la dinámica familiar

Adaptaciones en el marco de la COVID-19:

Para hacer frente a la pandemia y continuar con los procesos de acompañamiento a las mujeres participantes, se hicieron diversas adaptaciones en el programa, metodologías y contenidos de los talleres. Entre ellos:

Acompañamiento y seguimiento remotos: Los talleres presenciales, sesiones de coaching y comunicaciones evolucionaron a un formato digital, utilizando principalmente WhatsApp y llamadas telefónicas. Para muchas mujeres, esto fue la oportunidad para aprender a sacar provecho de sus equipos celulares. Se les acompañó para que algunas hicieran sus primeras videollamadas, y se generaron reuniones a distancia aprovechando Messenger de Facebook, ya que ofrecía la conexión más sencilla utilizando la menor cantidad de datos. Se continuaron compartiendo los contenidos de los talleres por video, audio e infografía, y se generaron cápsulas especiales sobre temas relacionados con COVID-19.

Un aspecto fundamental para lo anterior fue proveer a todas las participantes de crédito telefónico para que pudieran acceder a datos en el celular, ya que para muchas éste no puede ser un gasto recurrente. No obstante, representó un reto porque el tiempo de uso de los equipos muchas veces se comparte entre varios miembros de la familia, incluyendo hijos e hijas que en ocasiones aprovecharon el teléfono y los datos para poder continuar sus actividades escolares.

Información sobre medidas preventivas y consejos nutricionales: se generaron materiales para compartir las recomendaciones de prevención oficiales, y se acompañaron con contenidos para mejorar la nutrición, aprovechar alimentos locales y fortalecer el sistema inmune, preparadas por una compañera del equipo de SiKanda especialista en nutrición y salud pública. Se difundieron materiales con la información básica sobre COVID-19, los lugares de atención más cercanos y los teléfonos oficiales.

Asistencia alimentaria: SiKanda proporcionó asistencia alimentaria para las familias participantes, lo que les permitió resguardarse en casa y disminuir el impacto sobre la seguridad alimentaria de las familias de las mujeres participantes. En tres ocasiones se repartieron kits con alimentos y productos básicos para familias de 5-7 personas, respetando las prácticas alimentarias más comunes de las familias locales y buscando que fueran alimentos que aportaran a la nutrición.

Acompañamiento psicológico: un aspecto clave fue contar con el apoyo de un grupo de psicológicas feministas, Meraki A.C., quienes proporcionaron acompañamiento en grupo, e individual cuando se identificó la necesidad específica, para las mujeres participantes. Estos ejercicios ayudaron a fortalecer la confianza entre las mujeres del grupo, a sentirse acompañadas y a compartir herramientas para el manejo del estrés.

“Pues me ha ayudado muchísimo porque yo tuve crisis nerviosa y hubo muchos problemas que me pusieron peor los nervios y tenía miedo, y ahora estoy aprendiendo a manejar lo que siento y poder tranquilizarme” (Participante Mujeres A.V.E.)

Durante este periodo, se hizo hincapié en la importancia de que las mujeres pensarán y actuarán también por su bienestar emocional, físico y mental. Por un lado, porque es su derecho, por otro, porque les permitiría continuar con el apoyo que quieren brindar a sus familias, hijos e hijas.

“Autocuidarse porque la verdad estamos tan preocupadas por los demás que nos olvidamos de nosotras mismas. A veces no te das cuenta de que te duele el cuerpo y es parte de lo que haces y de lo que no haces caso a tu cuerpo”.

Participante MAVE

VI. Recomendaciones para políticas públicas, programas y proyectos dirigidos a mujeres emprendedoras⁴:

Identificamos las siguientes recomendaciones que pueden incorporarse en el diseño de programas, proyectos y políticas públicas dirigidas a promover el emprendimiento, fortalecer los negocios y promover la autonomía de mujeres que habitan contextos similares al de Zaachila oriente.

(I) Diseñar desde, con y para mujeres:

Es necesario disminuir la brecha entre las y los responsables de la formulación de políticas, el diseño de programas y proyectos, proveedores de servicios para el emprendimiento, investigadoras, organizaciones y las mujeres que impulsan sus negocios en contextos como el de Zaachila oriente. Las instituciones gubernamentales, incubadoras y otras organizaciones que acompañan emprendedores/as, carecen de herramientas y capacidades técnicas para abordar y profundizar en las barreras de género y necesidades específicas de las mujeres, desde una perspectiva intercultural y de derechos. Los programas, servicios y apoyos existentes en Oaxaca dirigidos a mujeres empresarias no urbanas se concentran principalmente en dos tipos de proyectos: 1) proyectos productivos agrícolas (negocios de cría de pollos, animales pequeños y huertos de traspatio) y 2) apoyo para la creación y venta de artesanías; ambos implementados en poblaciones rurales o indígenas. No obstante, en Zaachila oriente, los giros de los negocios de las mujeres no responden generalmente a ninguno de estos dos rubros.

⁴ Parte de esta sección fue publicada originalmente en el artículo “Retos para el empoderamiento económico de y desde las mujeres” escrito por Mtra. Bárbara Lazcano (UNACH) y Mtra. María J. Rodríguez (ULB), en la revista “Oaxaca Población Siglo XXI” No 44. Julio-Diciembre 2019, Publicación semestral de la Dirección General de Población de Oaxaca (DIGEPO).

Lo anterior genera que, adicionalmente a las barreras de género para que las mujeres impulsen negocios propios, se sumen otra serie de vulneraciones de derechos y exclusiones que hacen casi imposible que accedan a capacitación, servicios o apoyos. La condición de clase social, pertenencia étnica, lengua e incluso el habitar una zona periurbana de alta marginación, crean exclusiones difíciles de superar al querer acercarse a información y servicios que pudieran permitir a las mujeres impulsar o desarrollar sus negocios.

De ahí que Mujeres A.V.E. promueva que las capacitaciones se adapten al contexto y se realicen directamente en la zona, al tiempo que promueve el “Espacio AVE” en el Centro Comunitario Vicente Guerrero para facilitar la participación de las mujeres y su vinculación con otros servicios y organizaciones que, por la distancia, la limitada movilidad de las mujeres y la falta de acceso a internet, les son difíciles de identificar.

Por otro lado, la falta de tiempo es el principal obstáculo para las mujeres, subrayado por la literatura y el diagnóstico. Las pequeñas empresarias se enfrentan a la doble o triple carga de trabajo debido a los roles y estereotipos de género que les hacen responsables de forma abrumadora de las labores de cuidados. La falta de acceso a guarderías y servicios de cuidados gratuitos y de calidad es una barrera más para las mujeres en estos contextos.

Mujeres A.V.E. promueve sesiones de capacitación cortas, de entre 2-3 horas, adaptándose a los horarios disponibles por parte de las mujeres, en particular aquellas que tienen hijos e hijas pequeñas. Igualmente, el proyecto brinda servicio de ludoteca para que aquellas participantes que así lo deseen puedan acompañarse de sus hijos e hijas sabiendo que tendrán un espacio seguro y divertido para estar mientras ellas comparten y aprenden. Una participante señala “Me ayudaron con mis niños en lo que nos estaban dando el curso y así se puede una concentrar mejor en el curso”. Asimismo, se generan espacios para visibilizar y dialogar sobre las labores de cuidado, con miras a promover una distribución más equitativa de las mismas hacia el interior de los hogares.

La currícula de capacitación debe adaptarse a las necesidades específicas de cada grupo y permitir que las mujeres participen activamente al elegir qué temas deben abordarse, dedicando tiempo particularmente a temas relacionados con estimación de costos y establecimiento de precios. Se puede incentivar a las mujeres a iniciar registros de gastos y ganancias, separando los gastos del negocio de los familiares. Igualmente, se pueden incorporar talleres más cortos sobre habilidades prácticas relacionadas con el giro del negocio para incentivar la participación. Las metodologías deben ser flexibles, centradas en la persona y reconociendo el conocimiento y la experiencia de las propias mujeres. Finalmente, además de enfocarse en temas relevantes para administrar y hacer crecer un negocio, existe la necesidad de tomar en cuenta temas como organización, resolución de conflictos, género, derechos humanos y trabajo en equipo. Adicionalmente, en el marco de la pandemia por COVID-19, Mujeres A.V.E. ha incorporado el uso de herramientas digitales para impulsar los negocios, con capacitaciones sobre el uso de redes sociales como Facebook y WhatsApp, creación de videos, toma de fotografías con cámara de celular, entre otros.

Para promover la participación y la apropiación del proyecto, las mujeres deben saber que tienen y pueden ejercer una voz en su diseño, implementación y evaluación, y que ésta voz sea escuchada por los distintos actores del proyecto. Centrarse en las participantes no sólo fortalece su

autoconfianza, sino que también pone sus necesidades en primer lugar. Favorecer procesos a mediano y largo plazo y brindar acompañamiento posterior a las capacitaciones de forma individual, permite generar mayores lazos de confianza y aplicar lo aprendido directamente en sus negocios. Otra buena práctica del proyecto ha sido impulsar la creación de una Asamblea para el intercambio de ideas entre participantes de distintos grupos de capacitación. Igualmente, se crearon 5 comités de participación: Salud, Emprendimiento, Gestión ante Autoridades, Solidaridad y Reclutamiento, con la finalidad de crear dinámicas de apoyo y ayuda definidas y estructuradas dentro del grupo, así como con otras residentes de la comunidad. Asimismo, se eligieron a las 5 presidentas de dichos comités y una Secretaria, quienes ocupan su cargo por 6 meses. Lo anterior tiene como finalidad impulsar acciones autogestivas por parte de las participantes, desde sus propias capacidades e intereses.

(II) Transformar las imágenes del “emprendedor exitoso”: el varón inalcanzable

Para las mujeres en Zaachila oriente no sólo es difícil acceder a servicios y apoyos dentro de su entorno, sino que además no cuentan con referentes o modelos de emprendimientos o negocios pertinentes, atractivos y próximos a su contexto. Por esto, es necesario difundir referentes de mujeres emprendedoras y con negocios, relevantes desde la propia realidad de, y junto con, las mismas participantes, así como resignificar lo que quiere decir que un emprendimiento tenga “éxito”. Es decir, promover la participación en el diseño del proyecto desde la misma definición de términos clave como “emprendimiento” y “éxito.”

Muchos de los imaginarios acerca de emprender se encuentran relacionados con valores masculinos. La visión de emprendimiento más difundida en México ha sido la campaña nacional “Pepe y Toño”, creada por el Consejo de Comunicaciones en el 2011. Esta campaña promueve una imagen de emprendimiento no sólo masculina, sino también blanca, occidental, heterosexual, de clase media y urbana. Fue hasta casi tres años después que el Consejo lanzó la campaña “Ana y Mary” dirigida a impulsar el emprendimiento entre mujeres, aunque también desde una imagen particular de mujeres blancas, occidentales, heterosexuales, de clase media y urbanas. Como vimos, estas imágenes de cómo es un emprendedor o emprendedora no sólo se reflejan en los medios de comunicación, sino que permean los programas y apoyos destinados a promover la incubación o fortalecimiento de negocios.

Para el emprendimiento urbano, los indicadores de éxito privilegian el interés personal sobre el bienestar colectivo. Esta visión del éxito puede llegar a ser altamente “discriminatoria, sesgada por el género, etnocéntricamente determinada e ideológicamente controlada, manteniendo no sólo los prejuicios sociales prevalecientes, sino que también sirve como un tapiz para suposiciones y conocimientos no examinados y contradictorios sobre la realidad de los empresarios” (Ogbor, 2000, p. 1). Además, a la larga, pueden tener un efecto negativo sobre las localidades provocando un “debilitamiento de la identidad colectiva”, ya que sus valores son altamente individualistas (Du Gay en Da Costa, Allesanda; Silva Saraiva, 2012, p. 593). Es vital entonces que la visión de lo que significa

ser emprendedora y cómo es un negocio exitoso, provenga desde las mismas participantes, en lugar de imponer visiones de éxito ajenas al contexto, que más que bien pueden ser muy dañinas a largo plazo, donde anteponer una imagen inalcanzable puede generar sentimientos de frustración y derrota.

En Zaachila, la visión del emprendedor cuyo objetivo es acrecentar los beneficios económicos a través de la innovación y la toma de riesgos no corresponde a cómo las mujeres evalúan y valoran sus negocios. Esta imagen del emprendedor es excluyente, y puede explicar por qué la mayoría de mujeres en Zaachila oriente no se reconocen como emprendedoras, sino como proveedoras de su hogar (SiKanda, 2018). A través de Mujeres A.V.E., las participantes se enfrentaron por primera vez con la idea de que ellas también son emprendedoras.

Las mujeres experimentan una revaloración de sus negocios y de su trabajo. Una mujer señala que ahora al fijar sus precios “valoro el tiempo invertido en mi trabajo; doy más caro mi producto, pero porque lo valoro”. Por esta razón, para Jocelyn Cruz de ECOOS, capacitadora del proyecto, es importante comprender que estamos tratando con mujeres haciendo negocios, y no con negocios liderados por mujeres.

Mujeres A.V.E. busca generar espacios para que las participantes pudieran convivir con otras mujeres con negocios que enfrentan obstáculos similares. Las actividades y dinámicas de la capacitación hicieron visible y reconocible para ellas mismas el trabajo que realizan, valorando tanto su tiempo y esfuerzo, como su contribución al ingreso familiar, lo que impulsa renegociaciones al interior de la familia: “A mi esposo no le gustaba que yo vendiera, decía que no saliera a vender, ‘que sí que no te alcanza con el gasto que te doy’. Hasta ahorita le dije: ‘¿sabes qué?, si no ayudas no estorbes’. No reconocía tanto mi trabajo, ahorita ya reconoce más. Yo digo cuándo alcanza para esto para los niños o cuándo no”. Desde el proyecto, se impulsa el intercambio de experiencia entre las mujeres participantes, y entre ellas y otras mujeres con negocios para visibilizar sus saberes, capacidades, e identificar las distintas formas en que hacen frente a las barreras de género, aunque tengan negocios distintos o provengan de territorios diferentes.

Los obstáculos para emprender en Zaachila oriente son abismales y alcanzar la visión hegemónica de éxito para la gran mayoría de las mujeres micro-emprendedoras resulta casi imposible. No obstante, sorprende constatar que 83% de las mujeres considera que su negocio es exitoso porque les permite generar ingresos y mantener a su familia. Es decir, el éxito en su negocio no significa ampliarlo, expandirse territorialmente, ni aumentar su margen de ganancias, sino más bien resolver necesidades puntuales de su día a día y de sus familias, y brindarles un espacio y proyecto propios.

Además, es importante también notar que las ganancias que estos negocios generan es escasa. Muchas mujeres llegan a fin de mes con apenas la inversión necesaria para darle continuidad a su negocio. Incrementar sus ganancias es complejo, por un lado, porque las emprendedoras difícilmente pueden aumentar el precio de sus productos por el contexto y la competencia; por otro, porque cuentan con un muy limitado acceso a financiamiento o ahorro que les permita invertir en eficientar sus procesos. Fortalecer procesos colectivos y acercar servicios o estrategias de ahorro y financiamiento, culturalmente y contextualmente apropiadas, contribuye a que las mujeres puedan sortear estos obstáculos.

(III) Construir redes:

Un elemento común para el éxito de las mujeres emprendedoras es contar con redes de apoyo que trascienden a la familia inmediata y que les permiten contar con una red más amplia de mujeres que comparten una experiencia de vida similar. La construcción de una red de apoyo permite a las mujeres no sólo iniciar un negocio o encontrar nuevos clientes, proveedores o mejorar sus prácticas comerciales, sino que también promueve el establecer relaciones significativas con otras mujeres que las alienten, apoyen y cuiden en sus vidas y problemas cotidianos. Muchas mujeres en Zaachila oriente provienen de otras comunidades, y han dejado atrás a amistades y familiares. Las condiciones del contexto hacen que sea difícil construir relaciones confiables y significativas. Tener un tiempo y un lugar definido para reunirse con otras mujeres les permite crear un sentido de comunidad, reconocer mutuamente sus esfuerzos y acompañar sus negocios estableciendo estrategias colectivas.

El sentimiento de pertenencia a un grupo permite que surjan nuevos proyectos, mientras se brinda apoyo mutuo y se fortalecen las capacidades existentes. También se crean espacios para el diálogo y así encontrar soluciones comunes a problemas individuales o grupales.

En el marco de la COVID-19, las redes de apoyo se hicieron fundamentales para compartir no sólo los retos de los negocios, sino el estrés generado por ser las principales cuidadoras de las familias y ante la incertidumbre generada por la pandemia. Al suspenderse las actividades presenciales, Mujeres A.V.E. brindó apoyo para que todas las participantes tuvieran crédito telefónico para comunicarse por WhatsApp. Se generaron materiales como audios, videos e infografías con información sobre salud y herramientas para adaptar los negocios a las condiciones cambiantes. Se facilitaron también, con el acompañamiento de un grupo de psicólogas feministas (Meraki A.C.), dinámicas para el manejo de las emociones y del estrés. Esto permitió que las mujeres contaran con una red de apoyo que se volvió muy importante para hacer frente a la pandemia.

En general, las mujeres no son alentadas a ser tan ambiciosas o centradas en sí mismas como sus homólogos masculinos. Por ejemplo, dedicar tiempo a sus negocios puede hacerles sentir que están descuidando a su familia. Frecuentemente, las mujeres dudan de sus propias habilidades. También se les desanima para que establezcan relaciones de confianza con otras mujeres. La baja autoestima o el aislamiento pueden hacerlas dudar de sus decisiones y asumir menos riesgos en sus negocios. Construir, reconocer y fortalecer sus capacidades y sentido de sí mismas puede llevar a que construyan negocios más fuertes. Promover la sororidad y redes de apoyo facilita que se sientan acompañadas al buscar impulsar sus negocios, por ejemplo, al explorar la posibilidad de obtener financiamiento externo o generar mecanismos de ahorro individuales y colectivos. Como una participante comenta: “Pues yo me sentí feliz, me motivé bastante y me llegaron nuevas ideas (...). Con la experiencia de otros colectivos [de mujeres], llegan otras ideas que podía trabajar con ellas”.

Igualmente, la transformación de los roles de género no se puede lograr trabajando sólo con mujeres. Los roles de género que obstaculizan las oportunidades de las mujeres deben abordarse a nivel comunitario, con el objetivo de crear un terreno más fértil para que la posibilidad de emprendimiento se desarrolle. Al trabajar con hombres, familiares, hijas e hijos, una comunidad puede aprender a

valorar la relevancia del empoderamiento económico de las mujeres, equilibrar las tareas domésticas y desafiar los roles tradicionales asignados a las mujeres y a los hombres, quienes generalmente están menos involucrados en el hogar y en el cuidado de la niñez.

Entre las experiencias más significativas para las mujeres que participan en la capacitación de Mujeres A.V.E., se encuentran el poder compartir y aprender con otras mujeres de Zaachila oriente, identificando que enfrentan muchos retos y problemáticas en común, y formando vínculos de apoyo mutuo. “Estoy feliz porque me di cuenta que soy buena en mi trabajo, que me gusta lo que hago, y que soy una mujer trabajadora que hace muchas cosas, todos los días, como mis otras compañeras”.

(IV) Enfoque integral que incluya la prevención y atención a la violencia:

Las mujeres participantes son, además de mujeres con negocios, mujeres que enfrentan una diversidad de situaciones que les atraviesan tanto a nivel personal como en sus actividades económicas. Es aconsejable que los programas dirigidos a ellas, aborden distintos aspectos de esta complejidad. Mujeres A.V.E. incorpora actividades no sólo relacionadas con el fortalecimiento de sus negocios, sino también con la promoción y ejercicio de sus Derechos, incluyendo el Derecho a la Salud, los Derechos Sexuales y Derechos Reproductivos, y el Derecho a vivir una vida libre de violencia.

Dichas acciones van más allá de proveer información, sino que buscan contribuir a que las mujeres ganen acceso a servicios que les permitan ejercer dichos derechos. Podemos destacar tres tipos de servicios que son fundamentales para el bienestar de las mujeres y por tanto, de sus negocios:

Servicios de salud: servicios orientados a garantizar el acceso a servicios de atención y prevención, particularmente aquellos vinculados a la salud sexual y salud reproductiva. Desde consultas ginecológicas, hasta acceso a métodos anticonceptivos y de planificación familiar, mastografías y otros estudios relevantes para mantener la salud, así como atención y acompañamiento antes, durante y después del parto. Se contemplan también servicios que atiendan problemas de salud comúnmente presentes en territorios en situación de vulneración de derechos, como pueden ser servicios dentales y orientación nutricional relacionada con diabetes. Hay que señalar que en el marco de la COVID-19, cuando los de por sí saturados servicios médicos en la localidad se volcaron a atender la pandemia, las mujeres perdieron acceso a la atención necesaria para otros problemas de salud de ellas y sus familias que no se relacionaban con COVID-19, de ahí que la vinculación y canalización a organizaciones como la Clínica del Pueblo hayan sido sumamente relevantes en el marco de Mujeres A.V.E.

Servicios de atención psicológica: en Zaachila oriente es difícil acceder a acompañamiento psicológico, particularmente con enfoque feminista, que permita a las mujeres enfocarse en su salud y bienestar mental, además de identificar situaciones de violencia. Mujeres A.V.E. brinda este acompañamiento y permite que las mujeres tengan acceso a él de forma local, habilitando un

consultorio en el Centro Comunitario, y facilitando también actividades grupales dirigidas por mujeres profesionistas.

Servicios de acompañamiento legal: muchas mujeres requieren información confiable y cercana para atender asuntos de materia legal: desde divorcios, dudas sobre custodia y pensión alimentaria de hijas e hijos, hasta acompañamiento legal en casos de violencia. Estos servicios amigables no se encuentran disponibles de forma local y para las mujeres representa un costo elevado el acudir a los espacios de asistencia legal que brindan algunas instituciones de gobierno. Mujeres A.V.E. también facilita el acceso a estos servicios a través del proyecto, de manera local y confidencial.

Estos tres servicios se relacionan con acciones de prevención y atención en casos de violencia de género, y abordan distintos aspectos de la vida personal de las mujeres que es necesario considerar para que los esfuerzos que ellas colocan en impulsar sus negocios se mantengan.

En Mujeres A.V.E. identificamos que todo proyecto o proceso que se vincule con el empoderamiento y autonomía económica de las mujeres, y en especial de mujeres que se encuentran en contextos de vulneración de derechos, deben contemplar la prevención y atención de violencia y la salud y bienestar mental y emocional como aspectos a acompañar a lo largo de su implementación.

VII. Conclusiones

Para abordar el empoderamiento y autonomía económicas de las mujeres y el fortalecimiento de sus negocios en contextos como el de Zaachila oriente, existe una gran necesidad de comprender y hacer visibles las limitaciones estructurales relacionadas no sólo con los roles de género, sino también con la visión hegemónica del “emprendedor”, normalmente representado como un varón, blanco, occidental, heterosexual y urbano. Es importante problematizar estos imaginarios, ya que tienen un impacto en cómo los programas acerca del emprendimiento son pensados, diseñados e implementados, y así poder contextualizar los mismos a las múltiples realidades de las emprendedoras en Oaxaca y México.

Para las mujeres en Zaachila oriente, emprender y mantener un negocio puede entenderse como una actividad creativa en la que una mujer no sólo busca beneficios económicos, sino en la cual también logra otros objetivos personales que contribuyen a su bienestar general, al de su familia y su comunidad. El empoderamiento, entendido como un proceso en el que las mujeres adquieren control y conciencia sobre sus vidas, condiciones y contexto, es un elemento necesario para el emprendimiento, al igual que las redes de apoyo sólidas, el acceso capacitación y los servicios pertinentes, y la transformación de los roles de género tradicionales.

El emprendimiento en contextos como Zaachila debe fomentar la autonomía. Sin embargo, su principal objetivo es lograr “una buena vida”. Lo que significa una buena vida varía entre las mujeres y esto debe tenerse en cuenta al diseñar e implementar el plan de estudios de capacitación. Ser flexible, capaz de adaptarse a necesidades específicas y escuchar los objetivos, necesidades e

intereses de las mujeres (no sólo en los negocios sino en la vida) permitirá que el proyecto tenga impactos más significativos para fortalecer sus redes, capacidades y negocios.

Finalmente, no se pueden perder de vista los riesgos derivados de promover el empoderamiento económico de las mujeres y la modificación de los roles de género. Para las participantes, ser parte de Mujeres A.V.E. ha significado una renegociación con sus parejas y sus familias sobre las labores de cuidado, al tiempo que ellas resignifican el valor de su trabajo. El simple hecho de asistir al curso implica un reajuste en el tiempo familiar, el tiempo dedicado al trabajo doméstico, y la movilidad. Las instituciones, organizaciones y otros actores externos deben contar con protocolos de identificación y canalización y/o atención de violencia de género. Deben también promover procesos a largo plazo que permitan acompañar los aprendizajes de las mujeres y la posible frustración generada al enfrentarse a factores estructurales sobre los cuales toma tiempo incidir.

Subrayar la importancia, una vez más, de generar redes entre mujeres es fundamental, como lo es generar acciones específicas dirigidas a los varones de las familias y comunidades para transformar los roles de género que impiden la participación y ejercicio pleno de los derechos de las mujeres. Esto facilita que las personas hagan frente a estos retos de manera equitativa y disminuye los riesgos para las mujeres emprendedoras.

En el marco de la pandemia por COVID-19, la importancia de las redes y procesos colectivos fue fundamental para el bienestar de las participantes y para mantener, adaptar o replantear sus negocios. La oportunidad de mantenerse conectadas a través del celular, y de contar con apoyo psicosocial para el manejo del estrés y las emociones generadas ante la incertidumbre, facilitó no sólo que las mujeres incrementaran el uso de tecnologías para sus negocios, sino que además se sintieran acompañadas y se apoyaran unas a otras. Esta incipiente red de apoyo no debe subestimarse.

Para SiKanda y para el equipo de Mujeres A.V.E. coordinado por la Lic. Tabatha Mata Navarro, el acompañar a las mujeres y sus negocios, ha sido un reto al reconocer la enorme violencia estructural que continúa colocando a las mujeres en situaciones de vulneración de derechos. No obstante, también ha sido una enorme oportunidad para mirar y valorar todo el trabajo, entrega, compromiso, capacidades, logros y creatividad que las participantes de Mujeres A.V.E. demuestran cotidianamente al impulsar proyectos propios, de forma individual y colectiva, que les permiten construir espacios de cambio y autonomía.

Agradecemos el apoyo de la Fundación Trafigura, la Fundación para Mujeres Cherie Blair, Oxfam México y la Unión Europea para la implementación de este proyecto. También el apoyo y colaboración de ECOOS (Escuela de Economía Social Oaxaca) y del Centro Comunitario Educativo Vicente Guerrero, sin el apoyo de estos equipos no habríamos podido tener el impacto deseado con Mujeres A.V.E. La etapa piloto concluye a finales del 2021, y continuaremos impulsando los procesos iniciados y compartiendo con otras organizaciones, mujeres y personas interesadas, los aprendizajes obtenidos hasta el momento y las metodologías de trabajo.

Todo nuestro reconocimiento a las mujeres que durante estos casi tres años de pilotear el proyecto Mujeres A.V.E. han contribuido con sus conocimientos, experiencia y entusiasmo a construir este proceso que confiamos camina hacia el fortalecimiento del ejercicio pleno de sus derechos, de sus redes de apoyo y de sus negocios en Zaachila oriente.

Bibliografía

Bauer, Susane; Finnegan, G.; Haspels, N. (2011) Género y Emprendimiento: Guía de formación para mujeres empresarias. Paquete de formación y herramientas San José, Organización Internacional del Trabajo.

Bizkaia. (2016). Emprendimiento con perspectiva de género. Buenas prácticas. Bizkaia. Foru aldundia diputación foral.

Castiblanco Moreno, S. E. (2013). La construcción de la categoría de emprendimiento femenino. Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación Y Reflexión, XXI(2), 53–66.

Cherie Blair Foundation for Women. (2018). UNDERSTANDING HOW TO UNLEASH THE UNTAPPED POTENTIAL OF WOMEN ENTREPRENEURS IN MEXICO : Value for Women; Cherie Blair Foundation for Women.

Da Costa, Allesanda; Silva Saraiva, L. A. (2012). Hegemonic discourses on entrepreneurship as an ideological mechanism for the reproduction of capital. Organization, 5(19), 587–614. <https://doi.org/10.1177/1350508412448696>

del Valle Calánchez, África; Mezher, T. (2015). Emprendedores sociales y su papel en el desarrollo integral de la comunidad. Opción, 31(2), 162–175.

Esquivel, Valeria. (2011). La economía del cuidado en América Latina. PNUD.

Heller, Lidia. (2010). Mujeres emprendedoras en América Latina. Realidades Obstáculos y Desafíos. CEPAL.

INEGI. (2010). Censo nacional de población.

INMUJERES. (2003). Las mujeres empresarias en México.

Ogbor, J. O. (2000). Mythicizing and reification in entrepreneurial discourse: ideology-critique of entrepreneurial studies. Journal of Management Studies 37:5, (July).

Powers, J., & Magnoni, B. (2010). A Business to Call Her Own : Identifying , Analyzing and Overcoming Constraints to Women ' s Small Businesses in Latin America and the Caribbean Jennifer Powers and Barbara Magnoni, (April).

ProMujer. (2017). low-income female entrepreneurs failure and empowerment. Ciudad de México: Failure Institute; ProMujer.

Santamaría Hernández, E., & Tapia Quintana, D. (2017). EMPRENDIMIENTO Y GÉNERO EN MÉXICO. CAINNO. GC Genera.

Mujeres A.V.E. (Actuando, Vinculando, Emprendiendo) es un proyecto de SiKanda A.C. realizado en sus diversas fases, con la colaboración y financiamiento de Fundación para Mujeres Cherie Blair, Fundación Trafigura, Oxfam México y la Unión Europea.

La presente publicación ha sido elaborada con el apoyo financiero de la Unión Europea. Su contenido es responsabilidad exclusiva de Solidaridad Internacional Kanda A.C. SiKanda, y no necesariamente refleja los puntos de vista de la Unión Europea.