



FONDO MINK'A DE CHORLAVÍ – PROYECTO DE APRENDIZAJE SOCIAL 2004

INFORME FINAL

Proyecto de Sistematización

MUJERES Y SUS PROYECTOS MICROEMPRESARIALES Y/O GENERADORES DE INGRESOS. DOS EXPERIENCIAS EN EL MÉXICO RURAL DEL NUEVO SIGLO.

Organización coordinadora

**Grupo Interdisciplinario sobre Mujer, Trabajo y Pobreza, A.C.
GIMTRAP**

Equipo de sistematización

Olga Lucía Rodríguez
Responsable

Nidia Hidalgo
Blanca Suárez
Emma Zapata
Julio Morales

México Distrito Federal, 31 de Diciembre de 2005

RESUMEN EJECUTIVO.

Este trabajo tiene como objetivo presentar los resultados de la sistematización de dos experiencias de microempresas lideradas por mujeres en localidades rurales tradicionalmente marginadas del estado de Guanajuato.

Las dos experiencias son microempresas exitosas de mujeres rurales, una vinculada con la actividad agroindustrial, (apicultura) y la otra ubicada en el sector manufactura (elaboración artesanal de prendas textiles en lana de borrego). Son microempresas familiares, una constituida formalmente y la otra operando sin figura legal pero con cierto grado de formalidad para el trabajo. Las trayectorias también son diferentes: una lleva 12 años desde su consolidación, la otra sólo 4. Las razones para su inicio también varían, una surgió como medio para resolver el problema de sobrevivencia de su grupo familiar por viudez, aprovechando que era una actividad tradicional, la segunda comenzó como oportunidad, utilizando las ventajas de un préstamo familiar.

Las dos experiencias en su fase inicial no contaron con apoyos institucionales y los recursos invertidos fueron propios, pero en su fase de consolidación han gestionado y recibido apoyos en capacitación y financiamiento, por parte del gobierno estatal.

La contribución más significativa de las instituciones públicas para la inserción de los productos de estas microempresas al mercado, ha sido la organización de eventos a nivel local, regional y nacional, dentro de los cuales las ferias de exposición resultan ser los espacios para la consecución de contactos y posibles canales de distribución. Esto adquiere importancia teniendo en cuenta que en poblaciones tradicionalmente pobres, a las mujeres se les dificulta mucho más acceder a información, conocimientos, salir, hablar y buscar mercado.

El mercado al cual están vinculadas es local y regional en el caso de la apicultura y regional, nacional en el de las artesanías en lana. En los últimos años, ambas microempresas han tenido la oportunidad de exportar sus productos y aunque esto parece ser un indicador de éxito y que incrementará las ganancias, las dos experiencias han demostrado que se puede ser exitoso atendiendo únicamente el mercado interno.

En cuanto al producto, la producción y el mercado, las apicultoras tienen su principal producto (miel) estacionario con dos cosechas al año y un consumo constante; no así sus productos derivados, los cuales son de producción constante al igual que su mercado.

Por su parte, la producción de los tejidos artesanales en lana es constante a lo largo del año, a diferencia de su mercado fuerte, que es estacionario y se realiza durante los tres meses del invierno. En esta microempresa han entendido la estacionalidad del mercado y adaptado a él, su producción.

En ambos casos la comercialización es directa, aunque tienen algunos canales de distribución; venden tanto minoritariamente, como al mayoreo.

Las dos experiencias presentan alto grado de sostenibilidad porque su funcionamiento depende en gran parte de sus propios recursos, no necesitan subsidios y la toma de decisiones es únicamente de las socias, no están sujetas a un solo proveedor, tienen la capacidad de identificar y adaptarse a los cambios del mercado (innovar, certificarse, etc.). Han incrementado y diversificado su producción, incorporando todos aquellos

aspectos con los cuales darle mayor valor agregado, mismos que contribuyen a elevar las ventas.

Analizando estas dos experiencias desde el enfoque territorial se ha podido notar que en ambos casos los proyectos de las mujeres están favoreciendo su transformación productiva e institucional. Han logrado ir tejiendo las redes necesarias para el cumplimiento de sus objetivos empresariales como competitividad, carácter sistémico, innovación tecnológica, vinculación a mercados dinámicos, relaciones urbano-rurales y alianzas entre actores.

Respecto a la identidad y el territorio, las regiones donde están localizados los dos proyectos siempre han sido poseedoras de identidad debido a sus características culturales y ambientales: una por su localización en un Área Natural Protegida reconocida históricamente por la conformación geológica, la otra porque ha sido reconocida por la tradición artesanal de los tejidos en lana. Estos atributos no han sido utilizados como detonadores del desarrollo, sin embargo, para el caso de los productos de la microempresa *Valle de miel* aprovechan la potencialidad del reconocimiento de su región para impulsar su producto y así construir una identidad territorial.

Finalmente, la valorización del territorio por parte de estas microempresas de mujeres está relacionada también con el impulso de actividades productivas diferentes a las que se han desarrollado históricamente, las cuales estaban fundamentadas exclusivamente en la agricultura de temporal y como consecuencia la existencia de tiempos muertos que agravaban la situación de pobreza.

Entre las principales conclusiones de las sistematizaciones es que una manera para llegar al mercado más sólidamente es rompiendo el aislamiento y buscando la vinculación con diferentes agentes; así mismo, se observa que la vía de la asociación que brinda mayores posibilidades es con otros miembros de familia, es decir, constituyendo emprendimientos familiares. Sin embargo la superposición de lo doméstico con lo laboral –característica de las microempresas familiares conformadas por mujeres– presenta desventajas por la diferenciación entre las formas de actuar entre hombres y mujeres, ya que estas condicionan la dinámica empresarial por la familiar.

Igualmente se pudo observar que no necesariamente los emprendimientos de mujeres tienen mayores probabilidades de éxito en la vinculación con el mercado, si la actividad elegida es tradicionalmente conocida por ellas y si además es la que social y culturalmente les ha sido asignada, pues estas dos experiencias se han dedicado a actividades que eran competencia masculina.

Se extrajeron cinco lecciones de las sistematizaciones, entre ellas está el que sin importar si son emprendimientos de hombres o de mujeres, cuando se trata de grupos que viven en localidades tradicionalmente marginadas del desarrollo, existen varios factores que deben combinarse para favorecer el éxito en la inserción a los mercados: acceso al financiamiento al inicio, para lo cual se requiere de un sistema financiero que atienda adecuadamente los requerimientos de este sector; la calidad como ventaja competitiva, ya que un producto que carece de un buen nivel de calidad difícilmente podrá sobrevivir en el

mercado; capacitación y asesoría para estar en capacidad de adaptar su producto, procesos productivos y tecnología a las necesidades del mercado; disponer de canales de comercialización; aprovechar las condiciones propias de su entorno. Pero un factor imprescindible, es tener carácter emprendedor, que les guste, les apasione lo que hacen.

