



ESTRATEGIAS DE SOBREVIVENCIA DE MICROEMPRESARIAS DEL SUR DE LA CIUDAD DE MÉXICO: INFLUENCIA DE APRENDIZAJES APRECIADOS

SURVIVAL STRATEGIES OF MICROENTREPRENEURS IN SOUTHERN MEXICO CITY: INFLUENCE OF APPRECIATED LEARNING

Arcelia **López-Cabello**; María del Rosario **Ayala-Carrillo** y Emma **Zapata-Martelo**

RESUMEN

Las estrategias de reproducción familiar son diversas formas en que las familias hacen frente a los problemas de la vida cotidiana, donde se asegure la preservación de la vida y desarrollo de prácticas económicas indispensables para optimizar las condiciones materiales y no materiales de existencia de la unidad familiar y de cada uno de sus miembros. Por medio de entrevistas a profundidad se pudo conocer cómo algunas microempresarias de la Ciudad de México, han utilizado sus saberes apreciados para poner en práctica diversos negocios que les genera recursos económicos para sobrevivir, pero también se los han heredado a hijos e hijas. Los conocimientos técnicos y secretos familiares de cómo elaborar algunos productos se transmiten de generación en generación, y forman parte del patrimonio de una familia, convirtiéndose en estrategias de subsistencia.

Palabras clave: microempresas, mujeres, saberes apreciados, estrategias de subsistencia.

SUMMARY

The strategies of family reproduction are various ways in which families cope with the problems of everyday life, where the preservation of life and development of essential economic practices is ensured to optimize the material and non-material conditions of the family unit and of each of its members. Through in-depth interviews it was learned how some microentrepreneurs in Mexico City, have used their knowledge appreciated to implement various business generates economic resources to survive, but also have inherited the children. Technical and family secrets on how to make some product knowledge are transmitted from generation to generation, and part of the heritage of a family, becoming livelihood strategies.

Key words: microenterprises, women, appreciated knowledge, livelihood strategies.

INTRODUCCIÓN

Los estudios sobre estrategias familiares han aportado conocimientos cualitativos y cuantitativos acerca de las diversas actividades y acciones que las familias y los individuos en condiciones de pobreza despliegan, con el objetivo de reproducirse y vivir cotidianamente (Arteaga, 2007) porque dan cuenta de procesos de orden económico, demográfico, político, culturales y social que determinan las opciones de los individuos (Villasmil, 1998).

Los procesos formativos fuera o dentro de lo institucional influyen en las estrategias de sobrevivencia que generan las mujeres microempresarias del sur de la Ciudad de México a través de proyectos productivos. A lo largo de este trabajo resaltaremos la importancia de los saberes apreciados en el éxito de sus negocios y cómo dichos negocios son una de las principales estrategias de reproducción familiar de las mujeres.

El objetivo de este trabajo es mostrar los saberes con que cuentan las mujeres, las experiencias adquiridas a través de generaciones y cómo influyen en la construcción de estrategias de sobrevivencia. A través del análisis de las experiencias de 20 mujeres microempresarias se muestra que independientemente de su nivel académico, sus microempresas se han mantenido por más de diez años en el mercado, que los saberes que poseen, fueron aprendidos a través del tiempo, ya sea practicando o por herencia, les han permitido obtener recursos económicos para sacar adelante a su familias y hacer crecer su negocio. Por lo que los saberes apreciados es una estrategia de subsistencia eficaz en la vida de estas mujeres.

El enfoque de estrategias familiares de reproducción

Derivado de la crisis actual del capitalismo, poblaciones de todo el mundo tienen dificultades para garantizar la satisfacción de sus necesidades. Para poder sobrevivir, las personas ponen *en acción* sus capacidades productivas y desarrollan actividades orientadas a la consecución de bienes-satisfactores, las cuales son conocidas como *estrategias de reproducción social o familiar*, tendientes a garantizar la reproducción de la vida (Massa, 2010).

El término estrategias de reproducción se refiere a las diversas formas en que las familias hacen frente a los problemas de la reproducción cotidiana en donde se asegure la preservación de la vida y desarrollo de prácticas económicas indispensables para optimizar las condiciones materiales y no materiales de existencia de la unidad familiar y de cada uno de sus miembros. Permite hacer frente a fenómenos tales como el desempleo, la caída de los salarios y del ingreso familiar que afectan sus condiciones materiales de existencia y de consumo (Escóbar y Guaygua, 2008).

En un principio el término solo se utilizaba para hacer referencia a sectores sociales pobres, por lo que algunos investigadores prefirieron hablar de *estrategias de vida*, e insistieron en la necesidad de ampliar la mirada para incluir tanto a otros sectores sociales como los comportamientos proactivos, integrando los aspectos demográficos, económicos, sociales y culturales en el análisis de la reproducción cotidiana y generacional (Cortés, 1990).

Sánchez (2015) considera que las estrategias de reproducción familiar no son un fin, sino un medio, es decir, no se analiza dicho proceso como un efecto final o complementario de la producción –como un medio para ésta–, sino como un elemento fundacional y fundamental de las sociedades. En la óptica de las estrategias de sobrevivencia, las familias (o unidades domésticas) pasan a ser conceptuadas como agentes activos cuyos integrantes llevan a cabo acciones en pro de la reproducción del grupo doméstico. La presencia de las mujeres y de los varones jóvenes en la fuerza de trabajo es vista como parte de las estrategias familiares, los cuales realizan acciones que engloban, entre otras, las siguientes: participación en la actividad económica, producción de bienes y servicios para el mercado o para el autoconsumo, migración laboral y de redes familiares de apoyo (Oliveira y Ariza, 1999).

Las estrategias de reproducción social fueron definidas por Bourdieu (1995:89) como *líneas de acción objetivamente orientadas que los agentes sociales construyen continuamente en la práctica y que se definen en el encuentro entre el habitus y una coyuntura particular del campo*. Es a través del conjunto de las estrategias que las familias se reproducen biológica y socialmente. Bourdieu (2001), en su libro *Las estrategias de reproducción social* las clasifica de la siguiente manera:

1. Estrategias de *inversión biológica*, las más importantes son las estrategias de fecundidad y profilácticas. Las primeras son a largo plazo, apuntan a controlar la fecundidad (aumentar o reducir el número de hijos/as) y con ello la fuerza del grupo familiar, pero también la cantidad de potenciales pretendientes del patrimonio material y simbólico. Las estrategias profilácticas están destinadas a preservar el patrimonio biológico asegurando los cuidados continuos o discontinuos destinados a mantener la salud o a mantener alejada la enfermedad y, en términos más amplios, asegurar una administración razonable del capital corporal.
Cabe señalar que en la reproducción de estas estrategias, las mujeres juegan un papel muy importante, ya que ellas son las encargadas de la reproducción biológica y del cuidado de niños y niñas, así como de los demás miembros de la familia.
2. Estrategias *sucesorias*, apuntan a garantizar la transmisión del patrimonio material entre las generaciones con el mínimo de desperdicio posible dentro de los límites de las posibilidades ofrecidas por la costumbre y el derecho. Estas estrategias se especifican según la forma y composición de capital que se ha de transmitir.
Puesto que el capital económico y patrimonial frecuentemente recae en manos de los hombres, ellos son quienes heredan y deciden qué hacer con éstos. Generalmente suelen heredarlos a los varones. De igual forma las mujeres cuando son propietarias de algún bien, prefieren heredarlo a los hombres que a las mujeres. Esto varía según los estereotipos de género que se reproduzcan en la sociedad y qué tan arraigados se encuentren.
3. Estrategias *educativas*, entre ellas, las estrategias escolares de las familias o de los hijos escolarizados, son estrategias de inversión a muy largo plazo, tienden ante todo a producir agentes sociales dignos y capaces de recibir la herencia del grupo, asegurando la reproducción de la familia que de por sí es el "sujeto" de las estrategias de reproducción. Aunque en México, estadísticamente, en los niveles básicos de educación las brechas de género se han cerrado, no sucede así en los niveles superiores, en donde todavía las mujeres se ven rezagadas en algunos campos de estudio (Zapata y Ayala, 2014). Sin embargo para este estudio es importante resaltar los saberes que sin ser escolares poseen las mujeres, saberes apreciados que les han permitido desarrollar estrategias de vida, sobre todo para generar recursos económicos para sobrevivir.
4. Las estrategias de *inversión económica*, tienden a la perpetuación o el aumento del capital bajo sus diferentes formas. En estas estrategias es necesario agregar las de inversión social, orientadas hacia la instauración o el sostenimiento de relaciones sociales directamente utilizables o movilizables, a corto o a largo plazo, es decir, el capital social y el capital simbólico, producido el intercambio de dinero, trabajo, tiempo, etcétera.
5. Estrategias de *inversión simbólica* son todas las acciones que apuntan a conservar y aumentar el capital de reconocimiento (en los diferentes sentidos), propiciando la reproducción de los esquemas de percepción y de apreciación más favorables a sus propiedades y produciendo las acciones susceptibles de apreciación positiva según esas categorías.

Las estrategias de reproducción familiar están influidas por la cultura, clase y género, así cada grupo familiar pone en práctica diferentes estrategias, de acuerdo con su contexto socio-cultural. Mies y Bennholdt (2000) consideran que para conocer las estrategias de reproducción familiar, lo primero que se debe considerar es, mirar desde abajo, es decir, desde la perspectiva de quienes las ponen en práctica. Esta visión permite desmitificar las falsas creencias promovidas por las minorías de los sectores *altos* respecto a que su vida y su estilo de vida no sólo son los mejores

posibles sino también la imagen de cómo habrá de ser el futuro de todos quienes habitan el planeta, es decir, no existen las mejores estrategias para lograr un solo tipo de vida, existen las estrategias que cada familia realiza para lograr el tipo de vida que quieren y tienen en sus posibilidades. También es necesario desmitificar las falacias promovidas por los conceptos de desarrollo y consumismo, supuestos mecanismos para alcanzar e igualar a los países *desarrollados*, es decir por la falsa promesa de que eventualmente todos los pueblos colonizados en la base de la pirámide social van a alcanzar el nivel de vida de los de la cúspide (Mies y Bennholdt, 2000).

Cabe aclarar que aunque Bourdieu (2001) clasifica los diferentes tipos de estrategias que utilizan las familias, la subsistencia no depende solo del dinero, la educación, el status o prestigio, sino fundamentalmente del control de los medios de subsistencia con que se cuente: una vaca, algunas gallinas, hijos(as), tierra y cierto ingreso monetario independiente (Mies y Bennholdt, 2000), conocimientos específicos, entre otros. No se debe de perder de vista, como lo exponen Escóbar y Guaygua (2008), que las estrategias familiares no dependen de lo que se desea hacer, sino de lo que se puede hacer frente a las oportunidades o restricciones que se presentan en la sociedad, en particular en situaciones de crisis estructurales, ya que como lo ha planteado Sen (1997), la pertenencia a un determinado sexo otorga socialmente facultades distintas, asimétricas, para construir libertades esenciales, aun cuando se disponga de bienes primarios y capacidades. En el caso de las mujeres, incluso se considera que para que ellas puedan poner en práctica algunas estrategias es necesario que reconozcan sus propias capacidades para subsistir con independencia, el orgullo, la dignidad, el coraje y el sentido de igualdad, que no son mendigas, no son sumisas, pueden pararse en sus propios pies (Mies y Bennholdt, 2000).

Un nuevo enfoque, propuesto por el economista Amartya Sen (1997) y la filósofa Martha Nussbaum (1999) se centra directamente en el bienestar y la calidad de vida, es decir, que la subsistencia no solamente significa trabajar duro y vivir una existencia marginal, sino también una vida de disfrute, de felicidad y de abundancia. Por lo tanto las estrategias de familiares de reproducción no sólo están enfocadas a satisfacer las necesidades básicas de los miembros del grupo, sino a obtener la satisfacción de algunas necesidades estratégicas que modifiquen su condición dentro de la sociedad.

Este puede ser el nuevo terreno sobre el cual evaluar también la *subsistencia* de la población trabajadora en general, no como un paquete de bienes, sino como un estado de un proceso de vida socialmente sostenible, donde no sólo se valore la parte económica, sino la satisfacción y las posibilidades que se tienen para ser feliz. Y, por supuesto, a la luz de este nuevo enfoque, discutir de nuevo la teoría del valor, de la distribución y de los precios (Picchio, 2009).

Estrategias de sobrevivencia de las mujeres

En las nociones de estrategias y sobrevivencia se han generado diversas controversias, en una de ellas, se ha cuestionado el supuesto de que los miembros del hogar actúan como una unidad en la que la diversidad de intereses, derechos y obligaciones de los integrantes, las tensiones y conflictos intrafamiliares, quedan ocultos bajo la acción solidaria y cohesionada del grupo doméstico. Se asume que las decisiones sobre las formas de obtención de recursos (monetarios y no monetarios) son compartidas por los diferentes miembros del hogar. No se pondera el significado que los actores atribuyen a sus prácticas, sino que se les imputa una determinada intencionalidad (Oliveira y Ariza, 1999). Se deja de lado que en el grupo familiar se generan

conflictos, liderazgos, estatus y sobre todo que se vive en una cultura patriarcal en donde las decisiones de los varones valen más que las de las mujeres.

Partiendo de la premisa de que *sin trabajo de subsistencia no habría trabajo remunerado, aunque sin trabajo remunerado, existe todavía trabajo de subsistencia*, es necesario hacer visible el aporte de las mujeres en las estrategias de subsistencia, ya que el mayor porcentaje de este tipo de trabajo lo hacen ellas. Desde la economía feminista se ha criticado cómo los discursos económicos se han centrado en los procesos de producción de mercancías y los trabajos remunerados, invisibilizando los procesos de mantenimiento de la vida cotidiana y los trabajos no remunerados, es decir, al conjunto de trabajos, relaciones y experiencias que van dirigidas al mantenimiento del bienestar de la población (Sánchez, 2015).

El no reconocimiento del valor de los trabajos no asalariados en la economía está relacionado con la influencia del pensamiento patriarcal que supone la exclusión de las experiencias económicas femeninas de los análisis, así como de otras experiencias que están fuera del modelo masculino de trabajo y propiedad, ya que se considera como trabajo sólo el asalariado y mercantil, y se deja de lado el papel de las relaciones sociales, en donde se encuentra inmerso el trabajo de las mujeres (Sánchez, 2015). Mayordomo (2000) considera que el trabajo de las mujeres queda formulado como un coste de reproducción estrictamente individual como resultado de los supuestos *a priori*, que ubicaba las actividades como *naturalmente* femeninas.

El trabajo reproductivo que realizan las mujeres es extremadamente valioso, pero sigue sin ser remunerado monetariamente y sobre todo, reconocido y valorado socialmente. Algunas autoras han planteado que el trabajo mercantil ha devaluado la actividad tradicionalmente destinada a la subsistencia y cuidado de la vida al eliminar la relación humana que llevaba incorporada. La monetarización del trabajo distorsiona su reconocimiento como actividad cuya finalidad es la calidad de la vida humana; convirtiéndolo en una actividad que sólo proporciona dinero para disponer de capacidad de consumo (Picchio, 2009).

Las estrategias destinadas a generar recursos monetarios requieren de hogares con más de un aporte de ingresos, haciendo uso principalmente del trabajo de las mujeres y en muchos casos de los hijos e hijas menores de edad. A pesar de que las mujeres tienen mayores dificultades para acceder al mercado de trabajo, en la última década se observa que son ellas quienes tienden a incrementar más sus tasas de participación, y son sobre todo las madres de hijos pequeños las que aumentan en mayor medida su actividad económica, de ahí la importancia de visualizar el trabajo que realizan las mujeres y las estrategias utilizadas. El uso intensivo de la fuerza de trabajo disponible, el multiempleo de quienes ya trabajan o la entrada creciente de mujeres, jóvenes y niños/as a la esfera del trabajo remunerado o de apoyo a emprendimientos familiares ya no constituyen la excepción sino la norma impuesta por la precariedad social y la pobreza que acarrearán las transformaciones en la economía y el empleo (Escóbar y Guaygua, 2008).

Muchas de estas estrategias no son nuevas y los hogares las han adoptado a lo largo de toda la vida, tienden a diversificarse y a cobrar mayor importancia en momentos de transformaciones estructurales o de crisis económica. (Escóbar y Guaygua, 2008). Ahora que la gente tiene que sobrevivir pero ya no tiene tierra, tiene que adoptar otras estrategias, haciendo todo lo que puedan: trabajos eventuales, trabajando como domésticas, maquiladoras, en el comercio informal, entre otras. Así el trabajo de las mujeres es explotado, no sólo el que realizan en el hogar, sino el trabajo remunerado, el cual suele ser temporal, flexible, con poca paga y que no

tiene ningún costo al capitalismo, pero que sin embargo el capitalismo se sirve de éste para no pagar el trabajo que debería, y continúa el trabajo femenino, ausente del producto interno bruto.

Saberes apreciados

Se emplea la categoría *saberes apreciados* propuesta por Padierna (2012) como *...aquellos que modifican a los sujetos enseñándoles a transformar la naturaleza y la cultura, modificando su hábitus y enriqueciendo el capital cultural de la sociedad o la comunidad* (Puiggrós y Gagliano, 2004).

Con dicha noción, Padierna propone hablar de saberes apreciados *para dar cuenta del interés de las mujeres por apropiarse de conocimientos específicos que para ellas conllevan un ideal de plenitud alcanzable al poseerlos; son saberes que les han sido vedados por diferentes motivos...* (Padierna, 2012).

En ese sentido, la categoría saberes apreciados se encuentra relacionada con la de saberes socialmente productivos, al considerar aquellos aprendizajes que abonan a la conformación del tejido social reconociendo las prácticas desarrolladas en ámbitos gremiales, organizativos, de trabajo, cooperativos, en el desarrollo de proyectos productivos y que no necesariamente se encuentran inscritos en procesos educativos formales.

El uso de esta categoría (saberes apreciados), responde a la necesidad de dar cuenta de aquellos procesos a través de los cuales los sujetos y en este caso de manera particular las mujeres recrean en una práctica específica, conocimientos que de forma cotidiana, han adquirido en su vida pero que resultan de vital importancia para la resolución de problemáticas que se les presentan. Implica también, el acceso a espacios que por diversas razones se les habían vedado y ante los cuales deberán actuar: gestión de recursos, organización grupal, presentación ante autoridades, entre otros.

Tal como Padierna (2010) lo menciona, se nominan como apreciados para *hacer énfasis en que esos saberes son deseados, valorados y buscados por las mujeres, incluso en contra de las propuestas que se hacen desde las políticas de inclusión de género, o en grave conflicto cuando la posesión de esos saberes se contraponen a las gramáticas comunitarias en las que están insertas, por ejemplo, la subversión de los roles de género.*

Se considera saberes apreciados como el reconocimiento y puesta en juego de los procesos que han permanecido ocultos, adquiridos en un contexto inmediato, cotidiano o emergente, para proponer, operar y evaluar, sus propias acciones, construir estrategias e interpelar a otros sujetos.

En ese sentido, importa dar voz a las historias de las mujeres donde destaquen esas habilidades adquiridas y recreadas en una microempresa. A través de su propia voz se reconocen los procesos que heredados, observados, reprimidos, expuestos, pensados, imaginados, pudieron serles útiles para en primera instancia, reconocer su propia situación, la búsqueda en sus experiencias personales o sociales y su puesta en juego en determinados espacios (familiares, comunitarios, sociales).

Esto podrá dar cuenta no sólo de dichas estrategias, sino la forma en que resultaron exitosas o impidieron su avance en la construcción de una microempresa. En ese sentido, el proceso de

reconocimiento de esos procesos, incluso permitirá reflexionar a su vez sobre la posibilidad de intentarlo nuevamente o mejorar sus estrategias.

Reconocerán además, cuáles fueron de utilidad y cuáles desgastaron su propio proceso, es una dinámica donde se implican varios momentos: 1) el reconocimiento de esos saberes apreciados 2) cuáles de ellos les han permitido progresar o restar éxito a su micro empresa 3) establecer los mecanismos por los cuales ellas progresan 4) realizar una meta reflexión que les permita cuáles herramientas les fueron de utilidad y cuáles les impidieron el progreso 5) identificar los sujetos involucrados y su grado de interpelación.

METODOLOGÍA

El estudio es de tipo cualitativo-descriptivo, el cual permite mostrar características del trabajo que realizan las mujeres microempresarias, sus experiencias de vida y sus saberes. Para ello se realizaron 20 entrevistas semi-estructuradas con mujeres microempresarias de las delegaciones de Milpa Alta (2 mujeres), Tláhuac (14 mujeres) y Xochimilco (4 mujeres). Se buscó que dichas mujeres obtuvieran recursos económicos con el trabajo realizado y que estuvieran implicadas en actividades promovidas por instancias delegacionales como la Unidad Departamental de Fomento Cooperativo y Organización de Productores de la Delegación Tláhuac, y que hubieran recibido algún tipo de apoyo para su microempresa, como la Secretaría de Desarrollo Rural y Equidad para las Comunidades (SEDEREC).

Las delegaciones donde se ubican las microempresarias comparten en algunas secciones de su perímetro, límites político-administrativos y similitudes del desarrollo de sus áreas urbanas, de conservación y uso económico de las zonas ecológicas como lo son humedales y zonas con elevaciones montañosas, que son características de la Cuenca del Valle de México, localizada a una altitud media de 2,240 msnm.

Perfil de las microempresarias

Debido a que el trabajo productivo y reproductivo que realizan las mujeres no tiene límites claros de cuándo termina uno y comienza otro, ya que todas las actividades se entrelazan y en muchas ocasiones se superponen unas sobre otras, es importante considerar algunas de las características personales y familiares de las mujeres, sobre todo porque el apoyo de la familia influye en que ellas puedan ser exitosas como microempresarias, que tengan tiempo para dedicarlo a su trabajo y las facilidades de poder tomar decisiones personales y familiares.

La edad de las entrevistadas se encuentra entre 46 y 60 años de edad (15 mujeres), cinco de ellas tienen entre 31 y 45 años, y sólo una es mayor de 60 años, por lo que se tratan de mujeres adultas.

Respecto al estado civil, cinco dijeron ser solteras, 11 casadas, dos viudas y dos separadas. Noventa por ciento declararon haber tenido hijos e hijas. Siete tienen entre uno y dos hijos(as), y el mismo número de ellas tres o cuatro, tres más mencionaron tener entre 5 y 6 hijos(as) y sólo una declaró más de seis hijos(as). Sin embargo, 50% de los hijos e hijas son mayores de 26 años (adultos); 27.59% entre 16 a 25 años (jóvenes) y 22% tienen entre 5 y 15 años (niños/as-adolescentes). El número y edad de los hijos e hijas es muy importante cuando las mujeres

trabajan, ya que es un factor que influye en que tengan facilidad para salir de casa, aumente o disminuya su trabajo dentro del hogar y en que tengan mayor tiempo disponible para hacerse cargo de su negocio.

A partir de la edad, estado civil y número de hijos e hijas, se puede observar que se trata de mujeres adultas mayores, que ya no tienen tantos dependientes directos, ya que sus hijos(as) son mayores, se pueden valer por sí mismos(as) y en algunos casos son casados(as) y viven lejos de estas mujeres. Quienes tienen hijos menores son pocas y también algunos adolescentes, por lo que ellas pueden acomodar sus tiempos para poder trabajar.

Otro aspecto importante es el grado de escolaridad, debido a que se encuentra asociado con el acceso y uso de información, mejores formas de poder comunicarse (verbal y escrita), tener herramientas para llevar procesos básicos de contabilidad y habilidad matemática, tener otros instrumentos para resolver problemas y enfrentarse a la vida, y elementos para desarrollar estrategias microempresariales efectivas.

De las mujeres entrevistadas, tres tienen una licenciatura terminada y una no terminada; dos estudiaron una carrera técnica; cinco el bachillerato o preparatoria; cuatro nivel básico completo y cinco nivel básico incompleto. Por lo que se puede inferir que en este caso, el nivel escolar formal, no influye directamente en el éxito de sus negocios, debido a que es muy variado e incluso quienes tienen mucho tiempo con su negocio, tienen bajos niveles de escolaridad. Aunque se debe tomar en cuenta que todas ellas han tomado otro tipo de capacitaciones, las cuales se enfocan a su quehacer como microempresarias.

Entre los cursos de capacitación que han recibido se encuentran: comercialización (16% de las mujeres), ventas (15%), atención al público (14%), y contabilidad básica (11%). Como se observa estos tipos de capacitaciones están dirigidos al éxito comercial de sus productos, por lo que se han mantenido en el mercado por varios años. Además de los ya mencionados, también han tomado cursos de turismo rural (7%), reposterías (5%), elaboración de conservas (9%) y manipulación de alimentos (9%), entre otros. Cabe resaltar que estos cursos fueron impartidos a través de programas de instituciones públicas y por universidades, como la Unidad Departamental de Fomento Cooperativo y Organización de Productores de la Delegación Tláhuac, el Colegio de Postgraduados, entre otras.

Además de lo aprendido en capacitaciones formales, cuentan con los saberes apreciados, es decir, con esos conocimientos que les han permitido trabajar y formar su microempresa y que no los aprendieron en una escuela, sino que forman parte de su experiencia de vida, de la familia de origen, del conocimiento desarrollado en un grupo de mujeres, etcétera.

Todos los conocimientos adquiridos y desarrollados se ven reflejados en los años que han logrado mantenerse en el mercado, en promedio 14 años. Los productos y servicios que ellas ofrecen y los años que han logrado mantenerse en el mercado se ven en el *Cuadro 1*.

Como se puede observar, los giros de estas microempresarias se encuentran en los alimentos, dulces y postres que requieren una preparación especial, como los dulces cristalizados, las mermeladas, moles, nieves, entre otros. Para realizar estos productos no necesariamente se requiere capacitación especializada, sino que aquí aplica la frase *la práctica hace al maestro*, pues como se verá más adelante ellas han practicado mucho y conocen algunos secretos en sus recetas.

También se pueden ver algunas artesanías y otros como los morrales que no son artesanales pero si hechos a mano a pequeña escala, es decir, no se producen de manera masiva, por lo que todos tienen alguna particularidad que los hace únicos.

Cuadro 1.- Servicios o productos que ofrece, por años que tienen en el negocio (elaboración propia, 2015)

Servicios o productos que ofrece	Años de tener el negocio
Serigrafía, cuadros, playeras y vasos	Menos de un año
Venta de productos Odontológicos ¹	2
Ruta turística	3
Medicina tradicional (masajes, temazcal, microdosis, jabones, pomadas y geles)	4
Morrales	4
Servicios turísticos. Ruta patrimonial turística de la vida y la muerte	4
Amaranto, atole, harinas, dulces, galletas, churritos, parquecitos, obleas	5
Moles, harinas, pinole, dulces de tamarindo, consomé	5
Licores, mermelada, até	9
Antojito oaxaqueños	10
Miel y sus derivados	10
Ropa de manta y tejida	10
Artesanía, carne y platillos de conejo	13
Nopal procesado, envasado, curtidos	15
Café y repostería	20
Nieves y helados	20
Derivados de amaranto (alegrías), bombones, cacahuates garapiñados, obleas, entre otros	30
Dulces cristalizados y de amaranto	30
Gelatinas y postres	30
Dulces cristalizados	50

Saberes apreciados y estrategias de reproducción familiar

Los saberes con que cuentan las mujeres y que les ha permitido ser exitosas en sus negocios, deben ser reconocidos como parte de las estrategias de reproducción familiar. Como lo menciona Bourdieu (2001) el conocimiento es una estrategia de inversión y a largo plazo, que se trasmite a los hijos(as) y permiten poder generar recursos económicos.

Se preguntó a las microempresarias cómo aprendieron las técnicas y formas de realizar y mejorar los productos o servicios que ofrecen, 25.32% de ellas mencionaron que la práctica es el principal elemento que les ha permitido salir adelante, 18.99% consideró de importancia el interés que ellas tienen para trabajar, 7.72% dijeron que asistieron a cursos de capacitación en donde les enseñaron a hacer y mejorar los productos, y 13.92% señalaron que un familiar les heredó los conocimientos y *secretos* para elaborar los productos que venden, ya sean sus papás, las abuelitas, la suegra, una tía, entre otras.

¹ A pesar de que esta mujer es profesionalista, estudió la carrera de odontología, vende productos de la misma rama, por lo que ella misma se considera microempresaria y acude a las reuniones que la unidad delegacional organiza para las cooperativas.

El cultivo (de amaranto) lo empezaron mis suegros y ellos les enseñaron a sus hijos. Yo duré 3 años en la casa, pero a mí me gustaba la repostería y entonces me metí en eso pero cuando me metí en el negocio me llevó tiempo elaborar los productos, pero como me gusta innovar pues entonces esto avanza. Tengo planes para el futuro como formar una cooperativa, estamos con los trámites, es una cooperativa familiar. Lo que quiero es tener éxito en lo que realizo y aparte de tener ingresos para la familia lo hago por superación personal (Rosa, 50 años).

Yo comencé este negocio con mi esposo. Yo hacía los dulces porque fue herencia de mi abuela. Ella salía con una canastita al centro, con los dulces y allí fui aprendiendo cómo se hacían. Luego que me casé, mi esposo y yo teníamos una chinampa, pero no producía mucho, así que nos dedicamos a los dulces. Ya llevo 50 años en esto y ahora se lo heredé a mi hija. Ya no vamos con las canastitas, ahora estamos en eventos universitarios como en la UAM y en las delegaciones donde nos hacen la invitación (Sofía, 65 años).

Llama la atención que un 6% de las mujeres no ha recibido ningún curso de capacitación. Se trata de casos que merecen una mención especial: cuatro de estas mujeres llevan más de 20 años con su microempresa, una de ellas tiene 50 años elaborando dulces cristalizados, Margarita Valgañón, tiene 30 años elaborando y comercializando gelatinas, Ana Cabello ha elaborado por 20 años nieves y Juana Alarcón lleva 30 años elaborando y comercializando dulces cristalizados. En particular, estas mujeres comenzaron a colaborar con el padre o la madre, en la elaboración de los productos y su venta. Han heredado de familiares o conocidos, los aprendizajes básicos sobre producción, manipulación de alimentos, atención al público, compra de insumos y ventas. Sus microempresas se encuentran acreditadas y a su vez, serán heredadas a los hijos(as) quienes en algunos casos, comienzan ya a implementar algunas reformas para expandir el negocio, como en el caso de la familia de Margarita Valgañón, cuyos hijos proyectan envasar las gelatinas respetando la receta original.

Respecto a las motivaciones que tuvieron las mujeres para iniciar un negocio, 80% señalaron que el emprender un negocio se debió a querer mejorar su situación económica y apoyar a su pareja (55%), demostrar su capacidad para afrontar este tipo de retos (70%), porque la microempresa es herencia familiar (65%) y para apoyar a los hijos en sus estudios (65%). En un menor porcentaje aparece el reconocimiento de la comunidad (35%) o de la familia (30%).

Yo aprendí a hacer gelatinas desde niña. Mi papá se dedicaba a esto, yo salí desde los 10 años a vender a la calle y mi papá en una bicicleta repartía en las tiendas. El negocio creció tanto que llegamos a vender hasta mil gelatinas. Para ese entonces ya mi papá tenía cuatro repartidores y trabajábamos los hermanos y yo. Era increíble cómo lo hacíamos, no teníamos agua en casa, así que teníamos que salir a conseguirla, tampoco había refrigeración, así que mi papá hizo una galera especial para enfriar las gelatinas. Pero de allí aprendí mucho. Yo tengo un modo de elaborar las gelatinas, es mi estilo, las hago en cuadritos y no utilizo nada artificial. Intento que la calidad siempre sea la misma, muy alta [...] ahora yo hice modificaciones al local y hemos tenido mucho éxito, incluso vienen de otras partes (de Querétaro por ejemplo), nada más para probar las gelatinas y los postres (Margarita, 65 años).

El trabajo que realizan se les ha facilitado porque pueden combinar las actividades de la microempresa con las labores en casa y atender a la familia sin descuidarla (50%), el otro 50% debe salir de casa para comercializar sus productos y servicios, pero sin dejar de hacer sus labores reproductivas. En un porcentaje mínimo (5%), están aquellas mujeres que reconocen haber decidido llevar un negocio para no aburrirse, sobre todo quienes dijeron no estar casadas y/o no tener hijos(as).

Este negocio me ha permitido tener más contacto con mi familia, porque todos colaboramos en el negocio. Todo es cosa de tomar las oportunidades, la oportunidad de hacer algo y la posibilidad de llegar más allá (Margarita, 65 años).

Mantenerse en el mercado no ha sido fácil, aun cuando las mujeres cuentan con el apoyo de sus parejas, hijos e hijas, ellas tienen más carga de trabajo, como lo señala la señora María y Rosa:

A mi negocio le dedico mucho tiempo porque allí está el sustento familiar. Mi marido me ayuda, cuidando la granja y los animales, pero creo que tengo más compromiso sobre todo porque soy ama de casa. A veces es muy cansado, intentamos llegar temprano a casa pero en los tiempos como hoy cuando hay ferias es imposible y como ama de casa el tiempo es lo que más nos hace falta. O sea, en el negocio sí hay compromiso pero también en la familia (María, 46 años).

Dedico hasta 14 horas al negocio porque cada producto lleva una forma en elaborarlo y un determinado tiempo en la distribución, aunque mi familia está apoyando, desde la siembra del amaranto, reventarlo para que no falte materia prima, esto lo hace mi esposo, tenemos toda la cadena productiva y mis hijos ayudan en la elaboración, comercialización, compras, atendiendo el local y la contabilidad (Rosa, 50 años).

Como se puede observar, existen una serie de estrategias de sobrevivencia que podrían perfilarse en diversos rubros: aquellas donde la situación económica obliga a aportar recursos monetarios al hogar apoyando a la pareja, pero que conlleva de manera paralela, largas jornadas de trabajo donde incluso se involucra a los hijos, hijas y la pareja, así como otras actividades que les implica salir del hogar (sobre todo para la comercialización del producto o realizar gestiones), aunque ello implique doblar o triplicar sus jornadas de trabajo.

Una estrategia más se ubica en los saberes heredados, los aprendizajes que reciben de familiares o conocidos y que representan en la mayoría de los casos, un nicho casi natural de trabajo. Algunas de ellas comenzaron a aprender el negocio siendo aún menores de edad, apoyando la elaboración y venta de productos. Poco a poco incorporan sus propias experiencias (adquiridas por capacitación o con pláticas con otras mujeres) y aprenden a gestionar su tiempo y espacios, a llevar las cuentas, a mejorar el producto o aventurarse en nuevos mercados. Esto último es lo que precisamente rescatamos como saberes apreciados, categoría propuesta por Padierna (2012).

El beneficio de sus microempresas se ha visto reflejado en ellas y sus familias, aunque también señalan que han tenido costos. Se les preguntó cómo influye en ellas su propio negocio: 26.03% señaló que tienen más confianza en ellas mismas; 21.92% que les permite mayor participación en su red y comunidad; 20.55% señaló que lograron mayor reconocimiento al interior de su familia y 17.81% que logran mayores ingresos. Cabe resaltar que contrario a los beneficios, uno de los

costos de ser exitosas lo señalaron cuando 13.7% de las entrevistadas dijo que tienen menos tiempo para ellas y su familia.

A partir de que hago mis productos tengo más confianza en mí. Me valoro a mí misma, poder salir adelante en caso de quedarme sola. Estoy en el negocio porque puedo llevar dinero a la casa, pero también por superación personal, porque sé que tengo la capacidad de hacerlo. Y hay que hacerlo con amor, porque no sólo se trata de hacerlo por el dinero, no es sólo lo económico, sino tener un desarrollo personal (María Isabel, 45 años).

También se les preguntó sobre el destino de los ingresos obtenidos en su microempresa, por lo que 39.58% dijeron que lo reinvierten para comprar materiales y suministros que les permiten continuar con su producción; 29.17% dijeron que lo ahorran; 18.75% lo utilizan para pagar deudas y 12.50% lo destinan para diversión y recreación de la familia.

Las estrategias utilizadas por estas mujeres microempresarias de la ciudad de México, han sido de éxito, pues les ha permitido salir adelante a ellas y su familia, tener recursos económicos para la educación de hijos e hijas, para poder comprar otras cosas para ellas y su hogar que sin su aporte no se habrían podido comprar, incluso destinar recurso para la diversión y el ocio. Además se han mantenido por mucho tiempo en el mercado, lo que habla de que han aprendido a negociar, a ofrecer tus productos, a innovar, arriesgarse con nuevos productos, e incluso vendiendo en nuevos lugares.

CONCLUSIONES

Los saberes y experiencias con que cuentan las mujeres son de suma importancia para lograr mejores condiciones de vida. El éxito o no de una microempresa de mujeres no sólo depende de la capacitación y educación con que cuenta, sino de los conocimientos previos que han adquirido y desarrollado a lo largo de su vida, por lo que es importante reivindicar los saberes cotidianos, que aunque no son reconocidos por un sistema oficial, si son significativos y apreciados por las mujeres porque les han permitido realizar actividades productivas, las cuales a su vez, les permiten obtener ganancias económicas, mejorar sus niveles de vida y consumo familiar, tener ahorros, recursos para la educación de sus hijos e hijas, incluso para el ocio y la diversión, entre otros. Al mismo tiempo, estos conocimientos son transmitidos a otros integrantes de la familia, para que también los pongan en práctica y puedan continuar con la tradición y poder mantenerse económicamente.

El beneficio para las mujeres no solo es económico, sino personal en cuanto a que son reconocidas por su familia y comunidad por el trabajo que realizan, ellas mismas se sienten capaces de hacer más cosas, seguras de sí mismas, de poder tomar decisiones a nivel personal y familiar, y de ver en el futuro un mejoramiento familiar y personal.

A pesar de los logros obtenidos por las mujeres microempresarias, es necesario reconocer que no ha sido fácil, que es el resultado de mucho trabajo, esfuerzo y años, que incluso han dejado de hacer y estar en ciertos momentos, pero que es el precio que han pagado por el éxito de sus negocios. De igual forma han tenido que hacer dobles y triples esfuerzos porque no dejan de realizar las labores de la casa y el cuidado de los integrantes de la familia.

LITERATURA CITADA

- Arteaga, A. C. (2007). Pobreza y Estrategias familiares: debates y reflexiones. Revista Mad. No. 17, Septiembre. Departamento de Antropología. Universidad de Chile. Disponible en: http://www.revistamad.uchile.cl/17/artega_07.pdf. pp: 144-164.
- Bourdieu, P. (1995). Habitus, ilusión y racionalidad. En: Bourdieu y Wacquant. Respuestas, por una antropología reflexiva, México, Grijalbo. pp: 79-99.
- Bourdieu, P. (2001). Las estrategias de la reproducción social. Buenos Aires, Argentina. Siglo Veintiuno Editores. 224 pp.
- Cortés, F. (1990). "La importancia analítica del ámbito doméstico", En: De la Peña Guillermo *et al.* (comps.), Crisis, conflicto y sobrevivencia. Estudios sobre la sociedad urbana en México, México: Universidad de Guadalajara, CIESAS, pp. 415-418.
- Escóbar de Pabón, S. y Guaygua, G. (2008). Estrategias familiares de trabajo y reducción de la pobreza en Bolivia, 1a ed. Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales – CLACSO.
- Massa, L. (2010). Estrategias de reproducción social y satisfacción de necesidades. Parte I: Controversias conceptuales, polémicas prácticas. Revista Perspectivas Sociales / Social Perspectives primavera/spring 2010 / Vol. 12 No. 1 / Pág. 103-140.
- Mayordomo, R. M. (2000). Precusores: el trabajo de las mujeres y la Economía Política (Borrador inicial). Ponencia presentada a las VII Jornadas de Economía Crítica. Universidad de Castilla-La Mancha. Albacete. Febrero, 2000. Disponible en: pendientedemigracion.ucm.es/info/ec/jec7/pdf/com3-7.pdf
- Mies, M. y Bennholdt, T. V. (2000). Introducción al libro La Perspectiva de Subsistencia: Más Allá de la Economía Globalizada, Zed Books Ltd., 1999. Edición original en alemán: Eine Kuh für Hillary: Die Subsistenzperspektive. Munich, Frauenoffensive, 1997.
- Nussbaum, M. (1999). Sex and Social Justice. Nueva York: Oxford University Press.
- Oliveira, O. A. M. (1999). Trabajo, familia y condición femenina: una revisión de las principales perspectivas de análisis. Papeles de Población, vol. 5, núm. 20, abril-junio, Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca, México, pp. 89 – 127.
- Padierna, J. P. (2010). Interpelaciones a las mujeres desde las políticas de género. Disponible en: http://www.academia.edu/3183349/V_Encuentro_de_An%C3%A1lisis_Pol%C3%ADtico_de_Discurso_Pol%C3%ADticas_Educativas_y_Formaci%C3%B3n_de_Sujetos
- Padierna, J. P. (2012). Educarse ciudadanas en los movimientos sociales: las mujeres zapatistas. México: Plaza y Valdes/PAPDI.
- Picchio, A. (2009). Condiciones de vida: perspectivas, análisis económico y políticas públicas. Revista de Economía Crítica, nº7, primer semestre, pp. 27-54.

Puiggrós, A. y Gagliano, R. (2004). La fábrica del conocimiento. Los saberes socialmente productivos en América Latina. Santa Fé, Homo Sapiens.

Sánchez, C. M. (2015). De la reproducción económica a la sostenibilidad de la vida: la ruptura política de la economía feminista. Revista de Economía Crítica, nº19, primer semestre, Pp. 58-76.

Sen, A. (1997). Bienestar, justicia y mercado. Barcelona, Ediciones Paidós Ibérica/ ICE/UAB.

Villasmil, P. M. C. (1998). Apuntes teóricos para la discusión sobre el concepto de estrategias en el marco de los estudios de población. Estudios Sociológicos, XVI: 46. pp: 69-88.

Zapata, M. E. y Ayala, C. M. del R. (2014). Políticas de equidad de género: educación para una escuela libre de violencia. Ra Ximhai, Publicación semestral de Paz, Interculturalidad y Democracia. Vol. 10 Núm. 7. Edición especial, julio-diciembre. Pp. 17-46.

SÍNTESIS CURRICULAR

Arcelia López Cabello

Es Doctora en Ciencias con Especialidad en Investigaciones Educativas por el Departamento de Investigaciones Educativas (DIE) del Centro de Investigación y de Estudios Avanzados del IPN (CINVESTAV). Docente en diversas instituciones educativas a nivel superior y medio superior: UNAM, UNADM, UAEM, UNIVIM, SEP, IEMS. Ha participado en diversos eventos académicos como ponente y coordinadora. Se ha distinguido por su interés en los procesos de formación fuera de lo escolar y los distintos espacios de aprendizaje en los sujetos. Cuenta con varios artículos publicados en revistas especializadas y en libros inscritos en la línea de investigación de Análisis Político de Discurso. Su última publicación es: López, A. (2015) "Andamiaje conceptual en el análisis del proceso de identificación y la constitución de sujetos" en O. Cruz, (Coord.). Investigación y teoría. Tensiones y juegos. Madrid, SEQUITUR / Programa de Análisis Político de Discurso e Investigación, pp. 77-90. ISBN 978-84-15707-31-8. Contacto: aranel65@hotmail.com

María del Rosario Ayala Carrillo

Es maestra en Ciencia en Estudios del Desarrollo Rural, Área de Género: Mujer Rural en el Colegio de Postgraduados. Es investigadora auxiliar adjunta en el Colegio de Postgraduados, Campus Montecillos. Entre sus publicaciones se encuentran: *El trabajo infantil guatemalteco en los cafetales del Soconusco: "insumo" que genera riqueza económica, pero nula valoración social*, en Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud, vol. 11, núm. 2, Julio-diciembre, 2013, Manizales Colombia, p. 659-673. *¿Empoderan las microfinanzas? Un estudio de caso en México*, en Temis Gomes Parente y Cynthia Mara Miranda (Organizadoras) Arquitecturas de Género questões e debates. 2015, Universidade Federal do Tocantins, Brasil, p.21-57. Contacto: madel@colpos.mx

Emma Zapata Martelo

PhD en Sociología, Universidad de Texas en Austin. Profesora Investigadora Titular en el Colegio de Postgraduados, Montecillo, Estado de México. Pertenece al Sistema Nacional de Investigadores (nivel III) y a la Academia Mexicana de la Ciencia Entre sus publicaciones se encuentran: género y participación de las mujeres en la gestión del agua en las subcuencas río Sabinal y Cañón del

Sumidero, Berriozábal, Chiapas. *La Ventana*, No. 38, 2013, p. 246-276.; ¿Viven mujeres y hombres la pobreza de la misma manera? Una mirada al interior de hogares indígenas de la Sierra de Santa Marta, Veracruz. *Papeles de Población*. Vol. 17, No. 70, 2011, p. 1405-1425; Efectos psicosociales de la migración internacional en mujeres jefas de hogar en el municipio de Hueyotlipan, Tlaxcala. *Revista de Ciencias Sociales*, No. 24, 2011, p. 84-109, Puerto Rico. Contacto: emzapata@colpos.mx