

Capítulo 3

Mujeres emprendedoras. Reivindicando nuevas posibilidades y construyendo otras realidades

María José Sánchez de Loera¹

Introducción

Diversas condiciones socioculturales han causado históricamente la desigualdad económica de género, debido a que existe una sobrecarga femenina en los trabajos de cuidados y domésticos. La feminización de la pobreza sitúa a la desigualdad económica de género como un hecho social y político, por lo cual emerge la economía feminista como propuesta teórica que sitúa la importancia de que dichas labores sean consideradas dentro de los ejercicios económicos, además de reconocer el aporte generacional que se origina en el trabajo de cuidados, favoreciendo el bienestar social. Afirmando que estos trabajos hacen

1 Licenciada en Sociología. Trabaja en la Dirección General de Estadísticas Socio-demográficas del INEGI y en la Asociación Civil Colectivo Raíz de Aguascalientes. Correo electrónico: sanchezdeloera.mariajose@gmail.com

posible la acumulación del capital y, por tanto, sin ellos el sistema capitalista no podría subsistir.

A pesar de que las mujeres se encuentran en una desventaja y desigualdad económica han construido nuevas formas para generar ingresos y con ello van creando nuevas posibilidades, como los emprendimientos que cada vez se vuelven una opción más viable, a raíz de esto se han creado colectivas que tienen como finalidad impulsar la venta de los productos de las emprendedoras. Además, se van apropiando de espacios para realizar bazares, tianguis, mercados, entre otros, con la intención de incrementar sus ventas. Así mismo, estas dinámicas propician otras formas de actuar y pensar el mundo económico social, pues fomenta la cooperación y reconfigura la lógica de producción capitalista. El crecimiento de estas colectivas ha creado propuestas teóricas y prácticas tal como la economía popular.

Esta investigación tiene como objetivo explicar las razones por las cuales las mujeres del estado de Aguascalientes deciden emprender. Así mismo, indicar la importancia que tienen para ellas el pertenecer a las colectivas y con ello proponer alternativas como la economía popular. Para lo cual, se empleó metodología cualitativa y se realizaron entrevistas a profundidad para constatar lo que se plantea de forma teórica con lo descrito empíricamente por las mujeres emprendedoras. Al final de este artículo, se encuentra un anexo que concentra información básica sobre el contexto de las entrevistas.

Eso que llaman amor es trabajo no pagado

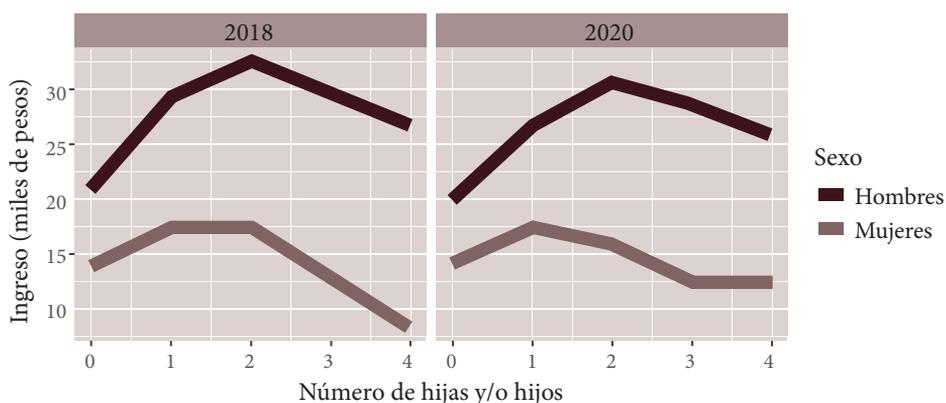
Lo personal es político

Carol Hanisch

La desigualdad de género es un contexto histórico socioeconómico, puesto que, dentro del sistema actual económico, las mujeres han presentado constantes desventajas en el ámbito laboral, como las escasas posibilidades de insertarse en trabajos formales, la precarización y la brecha salarial notable entre mujeres y hombres. Además, los trabajos se especifican de acuerdo a roles determinados por género, como el trabajo reproductivo el cual tiene una carga simbólica, social y económica para las mujeres (Calvo y Morales, 2016).

En México, la desigualdad de género ha persistido y, para dar un panorama de la situación, se han realizado encuestas como la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos en los Hogares (ENIGH) la cual muestra que el ingreso de las mujeres con dos hijos es de 16 067 pesos y cuando tienen cuatro hijos o más desciende a 12 594 pesos (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2020).

Gráfica 1. Ingreso promedio trimestral monetario por número de hijas o hijos según sexo y año de levantamiento

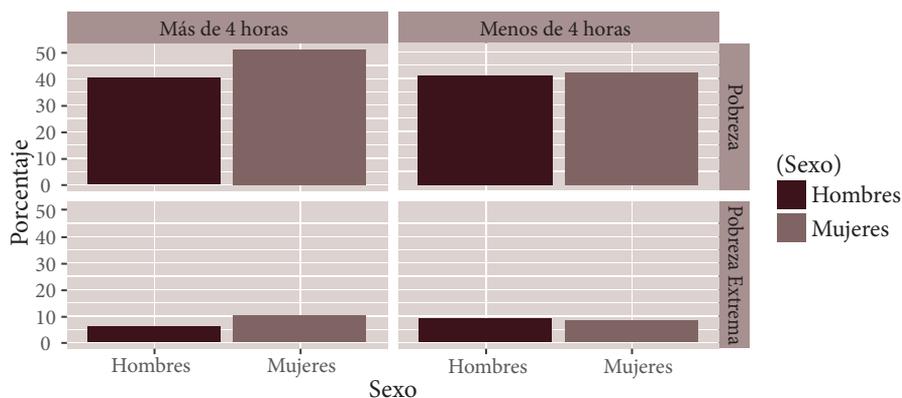


Fuente: Elaboración propia a partir de INEGI, 2020.

Es decir, entre más hijas e hijos tienen, el salario va en disminución, por tanto, entre más tiempo se dedique al trabajo doméstico, existe menos tiempo en el mercado laboral. De acuerdo con el *Informe sobre pobreza y género 2008-2018* del Consejo Nacional de la Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL), el tiempo que destinan las mujeres al trabajo doméstico o de cuidados no remunerados es de 27.8 horas semanales, mientras que los hombres dedican tan solo 15.2 horas (CONEVAL, 2021). También en el año 2020, expuso datos que muestran el porcentaje de población en pobreza o pobreza extrema según sexo y horas destinadas a labores de cuidados en México, y los resultados dejan ver la brecha económica entre hombres y mujeres; por una parte, el porcentaje de pobreza en las mujeres que destinan 4 horas o menos al trabajo de cuidado es del 41.8% mientras que el de los hombres es del 40.7%. El porcentaje

de mujeres que dedican más de 4 horas en el trabajo de cuidados es del 50.4%, mientras que los hombres es de 39.8%.

Gráfica 2. Porcentaje de población en pobreza o pobreza extrema, según sexo y horas destinadas a labores de cuidados



Fuente: Elaboración propia a partir de CONEVAL, 2021.

Por consiguiente, la economía feminista busca teorizar para aportar las distinciones y valores de cada espacio, tales como lo público y lo privado, es decir, diferenciar entre la casa, el ámbito laboral, entre otros (Cielo *et al.*, 2016). Permitiendo enunciar que la desigualdad económica radica principalmente en las labores domésticas y de cuidados. Además, la feminización en el ámbito laboral ha situado a las mujeres como las principales encargadas del bienestar y la satisfacción de necesidades básicas de sus miembros, ya que éstas no pueden ser cubiertas dentro del mercado laboral (Tepichin, 2016). En este sentido, como lo establece Carrasco (2013), la ganancia no sólo viene de la explotación del trabajador, sino también de la fuerza de trabajo en el ámbito doméstico invisibilizado, sin el cual el capitalismo no subsistiría.

El ámbito laboral va condicionando la vida humana para cumplir con extensas horas de trabajo, lo que va limitando a una mujer para que pueda desenvolverse en varias esferas de la cotidianidad. Por tanto, insertarse y mantenerse parece un ideal imposible, tal como lo enuncia Susana, una emprendedora entrevistada: “En mi trabajo laboraba cierta cantidad de horas, pero, por la

universidad y el cuidado de la casa, ya no podía cubrir tantas horas, entonces, tenía que trabajar menos, pero al mismo tiempo necesitaba cubrir todos los gastos” (Susana, comunicación personal, 2022).

Sin embargo, como forma de autonomía económica, las mujeres suelen autoemplearse, emprendiendo negocios que les brindan libertad monetaria y, al mismo tiempo, reproducir el trabajo de cuidados con mayor facilidad. Las emprendedoras con hijas o hijos viven un proceso similar, asimismo, buscan mejorar su estilo de vida, tal como lo expresa una de ellas: “Tenemos a nuestra hija. Tener un hijo es un motivo fuerte y muy grande, ya que depende completamente de ti. Por lo tanto, emprendimos, pues necesitamos tener algo seguro para ella” (Ana, comunicación personal, 2021).

Inclusive, organizan la distribución económica y de tiempo entre lo personal, hogar y familia, como lo comparte Sonia:

Emprender y trabajar desde casa es una ventaja muy grande, porque me da más tiempo de cuidar a mi hijo. Trabajar en oficina o fuera de casa simplemente te da menos tiempo para la comida, las tareas y estudiar con mi hijo. Como mujer tienes que equilibrar y priorizar. Así como distribuir bien el tiempo y el dinero (Sonia, comunicación personal, 2022).

Las emprendedoras comprueban bajo sus experiencias las desigualdades económicas existentes, dado que interiorizan las labores domésticas. Por tanto, la distribución de tiempo no sólo recae en el trabajo asalariado sino también en las labores domésticas y de cuidados, lo cual va limitando las posibilidades para generar un ingreso económico benéfico. Sin embargo, las mujeres se posicionan como sujetos actuando e inventado una nueva historia que deja de situarlas como víctimas de los trabajos reproductivos y las ubica como creadoras de nuevas realidades.

De tazas está hecha mi casa

*Mujer linda que das vida, emancipada en autonomía.
La que organiza la economía de su casa, de su familia.
Ana Tijoux*

Emprender se ha conceptualizado de diversa forma, sin embargo, retomaremos algunas características y vivencias de emprendedoras para construir un concepto que articule la dimensión teórica con la empírica. Ormeño (2014) menciona que en el emprendimiento existe un sujeto que genera un autoempleo, además, plantea una definición descrita por emprendedoras que participaron en una entrevista que realizó en Chile teniendo como resultado que para las mujeres emprender surge debido a la necesidad de permanecer en casa para encargarse del cuidado de hijas e hijos.

A las mujeres se les ha asignado el rol de realizar las tareas domésticas lo que muchas veces impide insertarse y permanecer en un empleo, ya que es muy complicado cumplir con la rigidez y duración de las jornadas laborales. Asimismo, emprender permite reinventarse pues brinda libertad económica y permite seguir reproduciendo el trabajo de cuidados (Ormeño, 2014). Además, las mujeres pueden tener autonomía e independencia económica, dado que siguen realizando actividades con beneficio económico sin necesidad de estar insertas en el ámbito laboral formal (Calvo y Morales, 2016).

Las mujeres entrevistadas en esta investigación se percataron de que emprender les permitía conocer nuevas posibilidades para generar un ingreso extra. Una de ellas comenzó a pensar sobre la flexibilidad de horario, independencia financiera, motivación y el aprendizaje que implica. Otra de ellas manifestó que gracias a su emprendimiento podía tener más tiempo para el cuidado del hogar y su hijo, así como flexibilidad para trabajar desde casa.

En el caso de Ana, su emprendimiento surgió debido a que tiene una hija y, además, quería pagar su casa, pues con lo que obtenía de salario era complicado distribuir todos los gastos, fue entonces que emprendió y afirma que “de tazas está hecha mi casa”, ya que las ganancias de su emprendimiento en donde realiza tazas personalizadas le permitió terminar de pagar su casa en poco tiempo.

En consecuencia, las mujeres después de emprender su negocio buscan cómo ofrecer y vender sus productos y servicios, por tanto, el desafío es encontrar y apropiarse de espacios para efectuar ventas. Gracias a ello, surgen las

colectivas que van creando tianguis o bazares para propiciar un crecimiento económico y social de las emprendedoras. Pues, encabezar su emprendimiento genera dinámicas que les brindan dicho crecimiento, además del personal.

Carpenter y Johnson (2001) plantean que las mujeres emprendedoras que pertenecen a colectivas desarrollan un sentido de comunidad que les permite crear pensamientos e ideales fomentando una autoestima en conjunto y que esto tiene una fuerte relación con la aceptación e inclusión social.

Sin duda, la creación de colectivas es importante, pues, como menciona Ana, de no existir, ella se quedaría encerrada en casa, sin aspirar a ser algo más. Otra de las entrevistadas sostiene que

Si no nos hubiéramos insertado en una colectiva, hubiera sido más difícil, es más, no sé si estuviera en donde estoy hoy. Porque fue un impulso, fue muy importante para nosotros formar parte de una colectiva. De no ser así, no sé si hubiéramos abandonado el emprendimiento (Victoria, comunicación personal, 2022).

Dicho esto, emprender es una alternativa favorable, además de que conlleva un reto personal, puesto que se requiere encontrar las formas y lugares para ofrecer productos y servicios con el fin de venderlos, por tanto, el desafío es generar espacios de venta y distribución. Es muy importante la creación de colectivas, puesto que ha beneficiado no sólo su emprendimiento, también en lo social y personal. En este sentido, la conformación de colectivas ha sido fundamental para el crecimiento como emprendedoras.

Economía popular. La propuesta para un crecimiento sostenible económico en las mujeres

*En este mundo hay sitio para todos
La buena tierra es rica
Y puede alimentar a todos los seres.*
Charles Chaplin

La economía popular es una puesta analítica, teórica y política en donde se pone en centralidad la reivindicación de la riqueza, circulación, producción

y consumo, desde un abordaje comunitario. Su definición implica un análisis político para crear nuevas formas de trabajo que trascienda la relación salarial generando una gestión colectiva (Gago *et al.*, 2018).

La economía popular incita a generar lazos solidarios entre las personas de la colectiva, para que se autofinancien sin necesidad de entrar en la lógica capital (Giraldo, 2017); así como generar vínculos que sólo son posibles en esta dinámica económica, ya que las emprendedoras aseguran que es más favorable insertarse en colectivas en lugar de estar produciendo en empresas, apostando por un continuo crecimiento y evitando a la vez que su producto se convierta en algo industrial. Estas economías reconceptualizan el significado de trabajo, pues dependen de relaciones sociales que constituyen comunales sociales y ecológicas, de aprovisionamiento, cuidado y afecto (Gago *et al.*, 2018).

Las vivencias de las colectivas y emprendimientos de las mujeres entrevistadas permiten tener un panorama del proceso de producción, consumo e identidad que proponen alternativas económicas más rentables y sostenibles para ellas. En este sentido, como lo menciona Susana, el formar parte de las colectivas les permitió tomar conciencia de que las mujeres constituyen un sector que recibe poco apoyo del Estado. Así mismo, existe una desigualdad económica por género que va segregando a sectores de la población en condiciones desfavorables y, como respuesta, emergen emprendimientos y colectivas con el fin común de mejorar económica y socialmente su historia.

Los hallazgos encontrados sugieren que más que una propuesta, las colectivas con intereses similares a los expuestos en esta investigación llevan a cabo una economía popular, pues ésta es una alternativa de consumo y producción que crea espacios colectivos con fines comunes, pero al mismo tiempo con un beneficio individual. Así mismo, propone romper con pensamientos hegemónicos del sistema económico, puesto que reconoce las habilidades y capacidades para negociar con las estructuras establecidas del capitalismo (Tassi *et al.*, 2013).

Conclusiones

En suma, las mujeres son un sujeto modificando la historia, ya que reinventan y construyen alternativas para sobrevivir en este mundo de desigualdades. Es así como surgen los emprendimientos que les permiten imaginar y crear otro

mundo de posibilidades que el sistema capitalista no puede brindar. Estas posibilidades son otras maneras de generar ingresos, con un beneficio social y personal.

Emprender es un acto que construye otras formas de percibir el trabajo, la remuneración, el tiempo y las emociones. Son mujeres construyendo a pesar de las adversidades y desigualdades históricas, son sujetos actuando, innovando y mejorando la realidad trabajando en colectividad, generando economía popular que da respuesta a la deuda histórica, en donde todo lo aprendido se transforma, generando nuevas formas de proyectar la vida y modificando la individualidad en lo colectivo. En este entendido, las mujeres no sólo han resistido a las desigualdades, pues también han creado y fomentado alternativas que se ven más comprometedoras, prósperas y sostenibles. Además, dentro de estas colectivas se van creando comunidades, expandiendo diálogos que impulsan el crecimiento, la autonomía y otras formas de ver el mundo, de interactuar, cooperar y crear comunidad.

Referencias

- Calvo, S. y Morales, A. (2016). Mujeres emprendedoras de Arusha: reducir la pobreza a través de la creación de empleo e ingresos sostenibles para pequeños agricultores. *Emerald Emerging Markets Case Studies*, 6(4), 1-15. <http://dx.doi.org/10.1108/EEMCS-03-2016-0026>
- Carpenter, S. y Johnson, L. (2001). *Las mujeres derivan la autoestima colectiva desde su identidad feminista*. Editores Blackwell.
- Carrasco, C. (2013). El cuidado como eje vertebrador de una nueva economía. *Monográfico: Los cuidados entre el trabajo y la vida*, 31(1), 39-56. https://doi.org/10.5209/rev_CRLA.2013.v31.n1.41627
- Cielo, C., Bermúdez, H., Guerrero, A. y Moya, M. (2016). Aportes de la economía feminista para el análisis del capitalismo contemporáneo. *Revista de la Academia*, 21, 157-175. <http://revistas.academia.cl/index.php/academia/article/view/63>
- Consejo Nacional para la Evaluación de la Política de Desarrollo Social. (2021, 8 de marzo). *Persiste brecha entre mujeres y hombres en la tasa de participación económica entre 2008 y 2018* [Comunicado de prensa]. <https://www.>

- coneval.org.mx/SalaPrensa/Comunicadosprensa/Documents/2021/COMUNICADO_03_DIA_INTERNACIONAL_MUJER.pdf
- Gago, V., Cielo, C. y Gachet, F. (2018). Economía popular: entre la informalidad y la reproducción ampliada. *Íconos. Revista de Ciencias Sociales*, (62), 11-20. <https://doi.org/10.17141/iconos.62.2018.3501>
- Giraldo, C. (2017). *Economía popular desde abajo*. Ediciones desde abajo.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2020, 29 de abril). *Estadísticas a propósito del día del trabajo, datos nacionales* [Comunicado de prensa]. <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2020/trabajoNal.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2021). Encuesta Nacional de ingresos y gastos de los hogares 2020 (ENIGH). [Archivo PDF]. https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/enigh/nc/2020/doc/enigh2020_ns_presentacion_resultados.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2021). *Resultados de las ciudades de la ENOE*. [Archivo de PDF]. https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/enoe/15ymas/doc/resultados_ciudades_enoe_2021_trim1.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2021, 5 de marzo). *Estadísticas a propósito del Día Internacional de la Mujeres (8 de marzo)*. [Comunicado de prensa]. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2021/mujer2021_Nal.pdf
- Ormeño, B. (2014). Emprendimiento Femenino: Propuesta de un Perfil en base al propio Discurso de Mujeres, desde una Perspectiva Cualitativa. *Revista Electrónica Gestión de las Personas y la Tecnología*, 7(19), 32-43. <https://www.redalyc.org/pdf/4778/477847107003.pdf>
- Tassi, N., Medeiros, C., Rodríguez, A., y Ferrufino, G. (2013). *Hacer plata sin plata. El desborde de los comercios populares en Bolivia*. Fundación PIEB.
- Tepichin, A. (2016). *Conocimiento de la pobreza desde un enfoque de género propuesta de un marco analítico*. El Colegio de México.

Anexo

La siguiente tabla presenta el perfil de las mujeres que fueron entrevistadas, el nombre de las entrevistadas es un seudónimo con la finalidad de no revelar su identidad y respetar el anonimato.

Presentar el perfil nos permite tener un panorama sobre el contexto de cada emprendedora; se ofrecen datos relevantes como la ocupación y profesión, así como, el número de colectivas a las cuales están insertas.

Tabla 1. Perfil de las informantes

Entrevistadas	Plataforma, tiempo y año de la entrevista	Ocupación y profesión	Hijas o hijos	Años emprendiendo	Inserta en colectivas
Emprendedora 1: Ana	Zoom	Emprendedora, y trabajadora en su profesión como psicoterapeuta	Una hija	6 años	3 colectivas
	1:07 hrs				
	Año: 2022				
Emprendedora 2: Susana	Zoom	Emprendedora, con profesión en diseño de modas	Ninguna (o)	3 años	3 colectivas
	1:10 hrs				
	Año: 2022				
Emprendedora 3: Victoria	Zoom	Emprendedora, con profesión en artes visuales y trabajadora en un consultorio dental	Ninguna (o)	4 años	1 colectivo
	1:10 hrs				
	Año: 2022				
Emprendedora 4: Sonia	Zoom	Emprendedora, con profesión en mercadotecnia	Con un hijo	4 años	4 colectivos
	1:10 hrs				
	Año: 2022				

