



El aporte socio-económico de las mujeres al desarrollo de la región “Las Segovias” Departamento de Estelí, 2002

*Flores Selmira, Kuan Elia, Rugama Rosa Argentina, Salinas
Ena¹.*

Resumen

Estudio llevado a cabo en los municipios de Estelí, Condega y San Nicolás con propósitos de contribuir a la generación de nuevos conocimientos y resultados que visibilicen los aportes socioeconómicos que las mujeres hacen, a partir de su integración a diversos sectores y actividades económicas. Para ello, se encuestaron a 300 mujeres a partir de criterios pre-determinados, 50 entrevistas cualitativas de las mismas encuestadas y 17 entrevistas a informantes claves. Como resultado se identificaron más de 80 actividades económicas entre micro, pequeñas y medianas desde las cuales las mujeres aportan al desarrollo de la región, demostrándose y ratificándose la capacidad emprendedora de ellas en diferentes ámbitos socioeconómicos, a pesar de las adversidades y limitaciones de recursos. Desde las mujeres se plantean diferentes alternativas de fomento para el acceso a recursos que capitalicen su capacidad gerencial.

Palabras claves: Género, mujeres, desarrollo, economía.

¹ Miembros del Equipo Investigador-Instituto de Promoción Social “Mujer y Comunidad”-I.M.C.-Estelí



Introducción

Estudios realizados por organizaciones nicaragüenses² han dejado pistas y sugerido la necesidad de profundizar en la contribución que hacen las mujeres al desarrollo socio-económico local y nacional. En economías donde prevalece el desempleo o sub-empleo (visible o invisible), con predominio de actividades en el sector no estructurado y elevado peso del trabajo no remunerado, es más difícil contabilizar el aporte económico de personas o grupos no vinculados a circuitos mercantiles y sectores de la economía formal (FIDEG, 1997:11). Datos científicos y estadísticas oficiales no logran, hasta ahora, un registro adecuado de la Población Económicamente Activa (PEA) urbana y rural, desagregada por sexo, departamentos y municipios, que permitan un análisis real de cuáles son las principales actividades económicas -formales e informales-, y quiénes son los actores/as que aportan, particularmente las mujeres. El departamento de Estelí tiene una población de 207,775³ habitantes, de la cual 57.6% es urbana (3.88% del país) y 42% es rural (3.92% del país)⁴. Su economía se basa en cuatro grandes sectores: en el sector productivo se encuentran el agropecuario y la micro-pequeña y mediana empresa; y en el sector de consumo el comercio y servicios; se registran 7,055 unidades económicas entre micro, pequeñas, medianas empresas y unidades no agrícolas, que representan el 4.44% del total de PYMES del país⁵.

² CIPRES, FIDEG, GIIGA-CATIE MIP/AF, NORAD, IMC, INPRHU, NAKAWE, PCAC-UNAG.

³ Según proyección del Instituto Nicaragüense de Estadísticas y Censos-INEC.

⁴ Hay cifras desagregadas por sexo sólo para 3 de 5 municipios –Estelí, La Trinidad y Limay.

⁵ Departamento de apoyo a micro-pequeña y mediana industria -MPYME, MIFIC.

Propósitos

Los objetivos de la investigación fueron: a) visibilizar el aporte local que realizan las mujeres trabajando en estos sectores; b) identificar cómo influyen en la generación de nuevos valores para su auto-estima y para las relaciones con su familia inmediata, c) incidir en mejores políticas y estrategias para una inserción justa y equitativa de las mujeres en el desarrollo económico de la región. La hipótesis plantea: “que la inequidad de género invisibiliza a las mujeres, quiénes son actoras económicas que generan espacios de crecimiento personal, riqueza y capital social que dinamiza la economía de la región”. La investigación analizó 42 actividades desarrolladas por mujeres en estos 4 sectores, encontrando que además de producir bienes y servicios, generan auto-empleo, empleo a familiares y a terceros, sostienen moral y económicamente sus hogares inmediatos y familias ampliadas, pagan impuestos, contribuyen a sus comunidades, inciden en nuevos valores sociales, etc.; como roles determinantes para el desarrollo socioeconómico local y nacional. La referencia del estudio fue el año 2002.

Institución autora y ejecutora de la investigación

La investigación fue emprendida por ADESO “Las Segovias”, a través del Instituto de Promoción Social “Mujer y Comunidad” (I.M.C.) con el apoyo financiero del Ministro de Cooperación al Desarrollo de los Países Bajos.

Métodos y materiales

Se “triangularon” técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa, a través de una



encuesta formal y entrevistas semi-estructuradas con organizaciones locales y con mujeres seleccionadas por sector. Hubo cinco fases metodológicas: 1) elaboración de instrumentos y entrevistas con 17 representantes y/o directores institucionales⁶, para identificar actividades, participación de mujeres y políticas aplicadas; 2) definición muestral de 300 encuestas –descartándose un 4% de ellas por fallas de información, estudiándose 287 casos- y selección de municipios: Estelí (200), por concentrar los cuatro sectores; Condega (75), por el peso agrícola-comercial y San Nicolás (25), por el peso rural; 3) capacitación á 23 encuestadoras/as de los 3 municipios y aplicación de la encuesta; 4) entrevistas post-encuestas a 50 mujeres, para profundizar en aspectos de crecimiento personal, familiar, condiciones en que trabajan y percepción de los aportes; 5) procesamiento de la encuesta⁷, de las entrevistas por “análisis de contenido”⁸ y devolución de resultados preliminares en un taller departamental con presencia de mujeres encuestadas y entrevistadas, alcaldías municipales, representantes de ONG’s y entidades financieras locales.

Resultados

1. Características de las mujeres y sus hogares: El rango de edades oscila entre los 17 a 82 años. Sin embargo, más del 80% que concentran las actividades económicas tienen de 30 á 59 años. El nivel académico, en general, es bajo: más del 40% estudiaron primaria, 20% secundaria, 10% carreras técnicas y sólo un 7% tiene

estudios universitarios. Un 17% no tiene estudios formales. El 59% está casada o acompañada; 14% son separadas, principalmente en el sector agropecuario y servicios, y 16% son solteras. El 54% tiene de 1 a 6 hijos/as, predominando los hogares pequeños con 2 a 3 hijos/as. El 46% no tiene hijo/-as. La escolaridad de éstos es 30% en primaria, 24% en secundaria, 10% en universidad -principalmente en Micro, Pequeña y Mediana Industria (MPyMI), servicios y comercio; y 23%, significativamente del sector agropecuario, no estudia. Las mujeres e hijos/as descontinúan su educación por la sobrevivencia económica. Adicionalmente, tienen tres personas dependientes -madres, padres, hermanos, hermanas y empleados-, de los cuales un 5% tienen algún tipo de discapacidad. A esto se suma que sólo el 52% recibe ayuda económica del padre de sus hijas/os, la cual destinan por importancia: a) la comida (45%), estudios de hijos/as (27%), gastos del hogar (20%) y su actividad económica (7%). Más del 80% asume tareas domésticas-reproductivas como compra y preparación de alimentos, limpieza y administración de casa, pago de servicios básicos, cuidado de hijos-as, búsqueda de leña y agua y cuidado de animales. Sólo en el sector agropecuario el hombre se involucra en las últimas cuatro actividades mencionadas.

2. Características de los sectores y actividades económicas: De 287 casos, 58% son urbanos y 42% rurales. Se analizaron 42 actividades distribuidas en agropecuario (30%), MPyMI (24%), comercio (27%) y servicios (19%). Las mujeres clasificaron sus negocios como micro (7%), pequeños (48%), medianos (25%) y grandes (21%). El 36% tiene de 11 a más de 16 años de antigüedad y sólo un 18% están instaladas en los últimos 3 años.

⁶ Alcaldías, asociaciones, cooperativas y entidades financieras.

⁷ Statistical Program Social and Science -SPSS.

⁸ Técnica que analiza una comunicación, clasificando categorías de interés para la/s persona/s que investiga/n.



Más del 35% hacen 40 actividades complementarias, como ganadería menor, producción de patio, rosquillas, cuajada, jaleas, flores, pulperías y molino -sector agropecuario; frescos, cajetas, queques, alimentos y fritangas -en MPyMI; nacatamales, tortillas, comida, pan, fritanga, lavar y planchar -sector comercio; y venta de cosméticos, bar, pulperías y venta de mercadería variada -en servicios. Sus capitales de trabajo provienen mayormente de sus ahorros (48%), créditos (14%), remesas familiares (14%) y préstamos familiares (9%).

2.1. El sector agropecuario, en Estelí aporta al total nacional el 3% de la superficie y el 4% de las explotaciones agropecuarias (III CENAGRO, 2002). Los cultivos más importantes localmente son frijol, maíz, sorgo y café. El 89% de las mujeres cultivan de 1 a 3 mzs. de frijol como actividad económica más importante. El 61% manifestó ser dueña de la tierra⁹, maquinaria (28%), insumos (7%) y equipos (2%). El 69% tiene un capital de trabajo de C\$100.00 a C\$1,000.00/ciclo en frijol y hasta C\$ 3,000.00/ciclo en tomate. Por altos costos de insumos externos muchas familias prefieren el manejo no químico. Un 19.4% contrata empleados permanentes y 80% temporales. En frijol, el 51% obtienen ganancias de C\$1,000.00 a C\$3,000.00/ciclo y de C\$5,000.00 a C\$10,000.00 en tomate. El 76% de las mujeres no reciben crédito. Las mujeres con mayor nivel de organización son las que

cultivan frijol y café, capacitadas por la UNAG e IMC.

2.2. El sector Micro, pequeña y mediana industrial agrupa 4 ramas: textil-vestuario, madera, metal-mecánica y mayormente alimentos. Se estudiaron 12 actividades económicas, de las cuales el 89% son de la rama alimenticia y 11% son artesanías, confección de ropa y elaboración de piñatas, concentradas en Estelí y Condega. Sus principales bienes son mobiliario (77%); locales, incluidas sus casas de habitación (52%); maquinaria (10%) y materia prima para trabajar (20%). El capital de trabajo es hasta C\$800.00 en tortillerías, ropa, fritangas, panaderías, dulcerías y cuajadas (68%) de los casos; hasta C\$2,000.00 en tortillerías, cuajadas y nacatamaleras -17%; de C\$2,000.00 a C\$5,000.00 en tortillerías, fritangas y confección de ropa (11%), y un 4% invierte más de C\$10,000.00 -tortillerías y panaderías. Generan empleo para la familia y para 32 personas externas. Aunque la mayoría obtiene ganancias mensuales de C\$1.00 a 500.00 y C\$1,000.00 a C\$3,000.00, hay un 8% de los casos que obtiene C\$5,000.00 a C\$10,000.00 -panaderías, ropa, floristerías y fritanga y un 4% que obtiene C\$20,000.00 a C\$50,000.00 -panaderías y encurtidos. Sólo un 27% ha recibido crédito, mayormente para confección de ropa y fritangas. Trabajan con productos nacionales y elaboran productos para el mercado local: tamales, dulcerías, tortillas, cuajada, encurtidos, etc., que pudieran aprovechar la industria regional. Sin embargo, su capacidad de ampliación es limitada por el capital de trabajo y la capacidad gerencial.

2.3. En el sector comercio se entrevistaron 83 mujeres trabajando en 10 actividades como pulperías (58%); tiendas

⁹ La reforma agraria nicaragüense de los años '80 fue la primera en América Latina que reconoció a las mujeres como beneficiarias directas de la redistribución de la tierra. Las mujeres representan el 11% del total de productores agropecuarios y tienen el 13% de los títulos de propiedad inscritos. Siete de cada diez mujeres son dueñas de parcelas menores de 5 mz sólo una de cada veinte posee una finca de más de 50 mzs. (ibid. pág.50)



de ropa y calzado y ventas ambulantes (10%) cada una; ventas de ropa usada (5%); farmacias (4%); venta de verduras y frutas, licorerías y librerías (2%) cada una, y un caso de ferretería. Micro-pulperías, venta de verduras/frutas y ventas ambulantes tienen características de micro-negocios. Son mujeres que trabajan solas porque sus familiares no se involucran. No tienen una lógica comercial definida, por lo que se deduce que el desempleo las ha obligado a incursionar en este sector. Funcionan recientemente (3 a 6 años) y tienen la flexibilidad de cambiar rápidamente a actividades de mayor demanda. La mayoría hace actividades complementarias para sobrevivir. Su capital de trabajo es bajo de C\$1.00 a 2,000.00 córdobas/mes, por lo que no contratan trabajadores, no pueden comprar mercadería de calidad ni instalarse adecuadamente -pocas tienen local y mobiliario propio-. Su bajo nivel de competitividad se traduce en bajas ganancias (C\$500.00 a 1,000.00) y remuneración del día trabajado (C\$1.00 a C\$50.00). Tienen los niveles educativos más bajos. No tienen capacitación y/o asistencia técnica. Farmacias, licorerías, pulperías medianas, tiendas de ropa usada y de ropa y calzado son negocios familiares. Integran a varios miembros de la familia, reducen la contratación de empleados, disminuyen los costos de operación y diversifican sus negocios para aumentar las ganancias. Un riesgo posible es retener la educación escolar de la familia por la atención intensiva de los negocios. Son de instalación reciente, aunque menos de la mitad trabaja desde los últimos 6 a 10 años. La mayoría se ha capitalizado gradualmente y disponen de local, mobiliario y mercadería propios. Se dedican exclusivamente a sus actividades. Tienen un capital de trabajo mayor a los micro-negocios, pero menor al de los negocios empresarial C\$4,000.00 a

C\$20,000.00/mes y logran ganancias significativas (C\$3,000.00 a 10,000.00/mes). Remuneran 100% el trabajo contratado y familiar -madre, hermanas mujeres y otros parientes; sin embargo, la remuneración es parcial para la familia inmediata -compañero, hijos varones e hijas mujeres. Tienen una formación académica media -secundaria o estudios técnicos. Tienen más organización con instituciones afines y numéricamente han tenido más capacitación, asistencia técnica y acceso al crédito. Ferretería, librería, pulperías mini-distribuidoras y tiendas variadas grandes tienen características de negocios “empresariales”; representan un 10% de los casos y están establecidos desde más de 16 años, su mano de obra es principalmente contratada y calificada, llegando a emplear hasta 6 trabajadores/as. remuneran en un 100% el trabajo contratado y de familiares -madre, hermanas mujeres y otros parientes; sin embargo remuneran parcialmente sus familiares inmediatos -compañeros de vida, hijos varones e hijas mujeres. Son el grupo económico que ha realizado las inversiones financieras más altas. Un 5% invirtió de C\$50,000.00 a C\$100,000.00/mes y la mayoría obtuvo ganancias mensuales superiores a C\$150,000.00, que también implican más riesgos financieros. Algunas pueden estar operando con pérdidas, ya que esta escala económica implica disponer de mercadería en existencia, que por la recesión económica, se mueve

lentamente o se pierde. Están dedicadas 100% a su negocio, tienen el mayor nivel de escolaridad y especialización -carreras universitarias o técnicas, pero sus niveles de organización son los más bajos.

2.4. En el sector servicios se estudiaron 13 actividades como salones de belleza



(36%), bares-restaurantes (31%), cafetines y costureras (5%) respectivamente, servicios profesionales -odontólogas y abogadas (7%), parteras, hospedajes, comedores, telefonía rural, lavado y planchado, clínica de medicina natural, venta de enchiladas y remendadoras de zapatos (2%) cada una. Los bienes de su propiedad son mobiliario (70%); equipos (4%); locales (60%); herramientas (22%); y materia prima un 21%. Principalmente los salones de belleza complementa sus ingresos con otras actividades. Sólo un 24% reciben crédito, principalmente en Estelí, que concentra las actividades de este sector. El 24% de ellas están organizadas, principalmente los bares-restaurantes (22%), salones de belleza (19%), costureras (67%) y servicios profesionales (67%). Un 36% ha tenido capacitación, principalmente el 53% de los salones de belleza, por 13 organismos vinculados a sus actividades. Mencionan que algunas actividades no requieren de capacitación, por ser actividades domésticas “propias de la experiencia de las mujeres”, estigma del rol tradicional. El 61% trabaja con rangos de capital de C\$100.00 a C\$10,000.00, principalmente bares-restaurantes y algunos salones de belleza. Más del 50% obtienen ganancias en rangos de C\$ 500.00 a C\$ 5,000.00, y sólo un 14% con más de C\$10,000.00 Principalmente las actividades identificadas como micros o pequeñas son las que no generan mayores ganancias, por el tipo de actividades y por los bajos niveles de capital con los cuales operan.

Conclusiones

1) Las mujeres trabajan en condiciones multi-jornales, con esfuerzos propios y enfrentan dificultades para desarrollar sus actividades económicas, muchas no están en sus manos resolverlas, pues dependen

de una mejor atención en disponibilidad de recursos económicos, capacitación empresarial y otras estrategias y políticas que capitalicen y eleven la calidad de lo que ya están haciendo. El estudio demuestra su capacidad como propietarias y administradoras, su visión de “mujeres emprendedoras” que facilita su inserción en diferentes actividades económicas y su capacidad de generar empleo, riqueza y nuevos valores sociales, sin embargo, tienen un desconocimiento de las políticas hacia los sectores donde trabajan.

2) La gama de aportes que realizan no son justamente reconocidos, valorados y mucho menos tienen una retribución en términos de establecimiento de políticas, que permitan tomar en cuenta las condiciones en que las mujeres están trabajando en pro del desarrollo, manifestándose muy claramente una inequidad económica y social, que no permite potenciar sus capacidades y habilidades como actoras socio-económicas.

3) Los resultados de la investigación “tipifican” tres grupos económicos: a) micro-negocios: las mujeres actúan con una lógica económica de reproducción simple o sobrevivencia. b) negocios familiares: son actividades intermedias entre la lógica de sobrevivencia y la lógica empresarial, y c) negocios empresariales: Las propietarias de estos negocios tienen una lógica de reproducción ampliada o empresarial. Su actividad está en función de rentabilizar al máximo el capital de trabajo, sus saberes generacionales y su especialización académica, como bienes abundantes.

4) Las mujeres activas económicamente inciden en cambios en su auto-estima y en su entorno social inmediato con su familia inmediata: a) a nivel personal, b) en la



**ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DEL
DESARROLLO SOSTENIBLE DE LAS SEGOVIAS
ADESO “Las Segovias”**

Nº RUC: 041295-9574
Nº Perpetuo: 616

Telefax: 0-7133550
Apto. 60 – Estelí

relación con sus hijas/os, c) en la relación con sus parejas, y d) en la relación con otros familiares.

En atención a los aportes que realizan las mujeres, las diferentes instituciones y organizaciones deben priorizar y concentrar esfuerzos con sus estrategias, políticas y planes de acción, en función de fortalecer y capitalizar todo el potencial que las mujeres son capaces de generar, lo cual se revierte en mayor inversión, generación de empleos, mayor reactivación económica de los diferentes actores socioeconómicos, mayor bienestar para las familias, y por ende para la población a nivel local y nacional.



**ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DEL
DESARROLLO SOSTENIBLE DE LAS SEGOVIAS
ADESO “Las Segovias”**

N° RUC: 041295-9574
N° Perpetuo: 616

Telefax: 0-7133550
Apto. 60 – Estelí

Bibliografía

- 1) Rugama F, Rosa Argentina; Flores C., Selmira; Kuan, Elia; Salinas P., Ena: Informe Técnico Final del estudio **“El Aporte Económico de las Mujeres al Desarrollo de la Región Las Segovias”**. ADESO, IMC. 2002-2003.
- 2) Renzi, Ma. R.; Agurto, S. La Esperanza tiene rostro de Mujer: La economía nicaragüense desde una perspectiva de género (FIDEG, 1997).
- 3) Última Encuesta Nacional del INEC, Nicaragua, 1995.