

El autoempleo como una vía de empoderamiento personal: el caso de las productoras del Mercado Universitario UAQ¹

Self-employment as a way of personal empowerment: the case of the UAQ University Market producers

DOI: 10.5281/ZENODO.7570125

Fecha de recepción: 21 de abril de 2022

Fecha de aprobación: 9 de agosto de 2022

María Teresa Valdés Hernández*

ORCID: [HTTPS://ORCID.ORG/0000-0001-9775-3401](https://orcid.org/0000-0001-9775-3401)

Resumen

Este artículo tiene el propósito de presentar algunas reflexiones relevantes en torno a los conceptos de *empoderamiento* y *autoempleo* que surgieron de un estudio que realicé entre 2018 y 2020 con 18 productoras del Mercado Universitario UAQ en el estado de Querétaro. La investigación tuvo como objetivo contestar las preguntas: ¿el autoempleo puede ser una vía para empoderar a las mujeres? y ¿qué factores inciden en los procesos de empoderamiento de las mujeres? El análisis se llevó a cabo a través de una investigación cualitativa, basada en el enfoque teórico-metodológico feminista, particularmente en el Modelo Multifactorial de Empoderamiento de Rowlands (2008) que identifica los factores que impulsan e inhiben el empoderamiento a nivel personal, de relaciones cercanas, y colectivo, así como en la Tipología del Autoempleo que propone Espín (2018). Por motivos de extensión, sólo expondré los resultados del empoderamiento femenino a nivel personal. Como factores impulsores destacó la generación de ingresos y la creación de capacidades; como factores inhibidores, la falta de solvencia económica y la falta de capacitación. Esta investigación sugirió que las productoras que emprendieron sus negocios en el Mercado Universitario UAQ, a través de la modalidad del autoempleo y en condiciones de informalidad, mayormente desarrollaron un empoderamiento de tipo personal, relacionado con un aumento de autoestima.

Palabras clave: autoempleo, empoderamiento femenino, teoría feminista, trabajo informal.

Abstract

This article presents some relevant reflections about the concepts of *empowerment* and *self-employment* based on a study I made between 2018 and 2020 with 18 producers of the UAQ University Market in the state of Querétaro. This research answered the questions: Can self-employment be a way to empower women? What factors affect the women's empowerment processes? The analysis was a qualitative research, based on the feminist theoretical-methodological approach, particularly in the Multifactorial Model of Empowerment of Rowlands (2008), which identifies the factors that increase and inhibit empowerment at the personal, close relationships, and collective level, as well as in the Typology of Self-employment proposed by Espín (2018). In this article I will only present the results of women's empowerment at a personal level; as increasing factors I found the generation of income and the creation of capacities, and as inhibiting factors, the lack of economic solvency and the lack of training. This research suggested that the producers who started their businesses in the UAQ University Market, through the modality of self-employment and in informal conditions, developed personal empowerment, and an increase of self-esteem.

Keywords: self-employment, women's empowerment, feminist theory, informal employment

*Universidad Autónoma de Querétaro // materevalher@gmail.com

¹ El presente artículo deriva de una tesis dirigida por la Dra. Sulima García Falconi, como parte de los requisitos para concluir la Maestría en Ciencias Sociales. La tesis completa puede consultarse en el Repositorio Institucional UAQ. Se agradece el apoyo brindado por las participantes del Mercado Universitario UAQ, así como por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT).

Introducción

Del 2018 al 2020 realicé una investigación como parte de los requisitos de la Maestría en Ciencias Sociales de la Universidad Autónoma de Querétaro. Me interesaba explorar los procesos y elementos del empoderamiento femenino en su relación con el autoempleo. Al revisar la literatura sobre el tema, localicé dos posturas: la primera planteaba que el autoempleo podía coadyuvar al empoderamiento femenino pues permitía que las mujeres crearan su propia fuente de ingresos; la segunda sostenía que el autoempleo no podía empoderar a las mujeres puesto que conllevaba las condiciones precarizadas del trabajo informal. Por lo tanto, partí de las siguientes preguntas de investigación: ¿el autoempleo puede ser una vía para empoderar a las mujeres? y ¿qué factores inciden en los procesos de empoderamiento de las mujeres?

En la búsqueda, me pareció especialmente interesante el caso del Mercado Universitario UAQ, pues integra productoras insertas en un modelo de comercio justo. Partí de la hipótesis de que las mujeres pueden empoderarse mediante el autoempleo en la medida en que se dé en condiciones laborales justas y equitativas. En este sentido, la investigación tuvo como objetivos analizar el empoderamiento de las mujeres que se autoemplean, así como analizar los factores del empoderamiento femenino a nivel personal, de relaciones cercanas y colectivamente. Como mi interés radicaba en examinar el tema a través de los testimonios y vivencias de las mujeres, realicé un estudio cualitativo basado fundamentalmente en entrevistas a profundidad, guiándome por dos marcos metodológicos: el Modelo Multifactorial de Empoderamiento de Rowlands (2008) y la Tipología del Autoempleo de Espín (2018). Por cuestiones de extensión, en este artículo presentaré únicamente los testimonios más significativos sobre los factores que impulsaron e inhibieron el empoderamiento personal de las mujeres del Mercado Universitario UAQ. Como factores impulsores encontré la generación de ingresos y la creación de capacidades; como factores inhibidores, la falta de solvencia económica y la falta de capacitación. A continuación, expondré algunos antecedentes teóricos y contextuales que me permitieron construir mi justificación y planteamiento del problema.

Antecedentes

Actualmente, tratar la relación entre el empoderamiento y el autoempleo resulta relevante, puesto que lograr la igualdad de género, empoderar a todas las mujeres y niñas, así como promover el empleo pleno, productivo y decente para todas y todos están contemplados en el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y en la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.

A partir del surgimiento de los programas de desarrollo económico que buscaban abatir la pobreza multidimensional de las mujeres en contextos de desempleo a través del empoderamiento, diversas autoras se dieron a la tarea de explorar este concepto a partir de estudios de caso, con el fin de evaluar el triunfo y fracaso de dichos programas pero, sobre todo, para analizar el empoderamiento femenino en diferentes realidades sociales. Estos estudios demostraron que lograr el empoderamiento dependía de múltiples factores individuales y sociales y, por tanto, debía seguir estudiándose: “Debido a que el empoderamiento tiene significados distintos en cada escenario y es diferente para cada individuo o grupo, se requiere una buena dosis de exploración empírica de los detalles prácticos del empoderamiento” (León, 2001, p. 104).

Hoy en día, tanto el desempleo como la falta de empoderamiento económico de las mujeres siguen siendo un problema. Según datos de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) (2019) tener empleo no asegura condiciones de vida digna, ya que actualmente 700 millones de personas viven en situación de pobreza extrema o moderada pese a tener empleo. Asimismo, según la OIT (2019), existen 2 mil millones de trabajadores en el empleo informal, 61% de la población activa mundial, y las mujeres son las más expuestas a la informalidad en una proporción tres veces mayor a la de los hombres. Según la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE, 2019), en el segundo trimestre de este año todas las modalidades de empleo informal sumaron 30.9 millones de personas, 56.3% de la población ocupada en México. En Querétaro, de acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2019), en el primer trimestre del 2018 la población queretana se ocupó en el sector informal en un 42.9%, y en el mismo periodo del 2019 subió a 47.7%.

El Mercado Universitario UAQ nació en 2014 de la inquietud de un conjunto de productoras y productores de la región del bajo por crear un nicho de venta que pudiera resolver la problemática de los intermediarios. La primera locación del Mercado Universitario fue detrás de la Librería Universitaria, donde alrededor de veinte productores se colocaban cada quince días. Posteriormente, en agosto del mismo año, el Mercado Universitario se trasladó a la explanada de Rectoría. Más adelante, en 2015, se decidió abrir el espacio cada ocho días en respuesta a la gran participación de la comunidad. Durante agosto de 2018 se inauguraron tres sedes más: Facultad de Filosofía, Campus Aeropuerto y Campus Juriquilla. Actualmente, el Mercado Universitario alberga productoras de diferentes giros comerciales como la venta de alimentos frescos y de conserva, artesanías, así como productos de belleza y salud. Como refieren las y los productores, el propósito principal del Mercado Universitario es crear un espacio donde puedan vender sus productos directamente al consumidor, con el fin de evitar las pérdidas económicas que conllevan los intermediarios; además, consideran importante vender productos sanos que se produzcan de manera sustentable. En cuanto a su logística, el Mercado Universitario se organiza a través de un Comité conformado por productores y representantes de la Universidad.

Por las características de mi tema de investigación el marco teórico-metodológico que consideré más adecuado fue el feminista. Aunque realicé una revisión exhaustiva de los conceptos a través de diversas perspectivas y corrientes, en este artículo sólo presentaré las directrices principales que fundamentaron mi trabajo de investigación; el *empoderamiento* y el *autoempleo*.

Marco teórico

El concepto *empoderamiento*

El concepto *empoderamiento* se ha empleado en diversos ámbitos de estudio como en el trabajo social, la psicología y la política pública. Comenzó a tener relevancia en el campo del desarrollo social a través de dos instituciones: la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y el Banco Mundial. El empoderamiento de las mujeres se empezó a discutir a partir de la Tercera Conferencia Mundial de las Naciones Unidas sobre la Mujer en 1985, convirtiéndose en una estrategia de implementación clave dentro de los programas de desarrollo social (Batliwala, 1997).

Para Bacqué (2015) el término *empoderamiento* se puede agrupar en tres modelos teóricos: el *modelo radical*, proveniente de las teorías de la emancipación que tienen como objetivo

la transformación social; el *modelo liberal*, encabezado por la ONU, que tiene como objetivo la igualdad de oportunidades y, finalmente, el *modelo neoliberal* que busca la gestión racional de los recursos dentro de un esquema de economía del mercado.

La teoría feminista ha aportado diversos análisis teóricos y metodológicos en cuanto a los conceptos de *poder* y *empoderamiento*, y plantea que estos se oponen al *powerlessness* o “carencia de poder”, que expresan la imposibilidad de que las mujeres ejerzan libremente sus capacidades humanas y accedan a oportunidades y recursos (García, 2015).

Para fines de este estudio se retomaron las perspectivas teóricas de cuatro autoras feministas: Kate Young (2006), quien entiende al empoderamiento como un proceso colectivo que busca transformar las estructuras sociales de dominación. Naila Kabber (2008), quien considera que el empoderamiento es un proceso paulatino que puede ser constatado sólo a través de los cambios que las mujeres perciben en sus vidas. Batliwala Srilatha (1997), quien considera que el empoderamiento es un proceso que parte de la toma de conciencia de las mujeres y sólo puede funcionar como una condición facilitadora, ya que no existe un diseño infalible para que este se dé: “Las metas del empoderamiento de las mujeres son desafiar la ideología patriarcal (dominación masculina y subordinación de la mujer), transformar las estructuras e instituciones que refuerzan y perpetúan la discriminación de género y la desigualdad social” (Batliwala, 1997, p. 193). Y, finalmente, Jo Rowlands (2008), quien se preocupó por operacionalizar el concepto y traducir sus principios a la práctica, construyendo con ello el Modelo Multifactorial de Empoderamiento. Esta autora, considera que existen diferentes tipos de poder que pueden coadyuvar o impedir los procesos de empoderamiento de las mujeres: el *Poder suma-cero*, que refiere al *poder sobre*, el cual hace referencia al poder que una persona o grupo ejerce para lograr que otras/os hagan algo en contra de su voluntad a través del uso de la coerción física, económica y social. Por otra parte, el *Poder suma-positivo* que hace referencia a tres tipos de poder que contribuyen al empoderamiento de las mujeres: el *poder desde dentro*, que es la fuerza interna que poseen las mujeres para incrementar su independencia en términos de empoderamiento psicológico o emocional; el *poder con*, que implica que las mujeres tomen conciencia de la importancia de solucionar problemas en conjunto, y el *poder para*, que está relacionado con la habilidad que tienen las mujeres para obtener acceso a toda la gama de capacidades y potencialidades humanas. De igual modo, Rowlands (2008) nos habla de tres niveles de relaciones de poder, o tres dimensiones del empoderamiento: la *dimensión personal*, que implica el desarrollo de cambios en la auto-percepción, confianza individual y autoestima de las mujeres; la *dimensión de relaciones cercanas*, que implica el desarrollo de habilidades para que las mujeres puedan negociar e influir en sus relaciones familiares, y la *dimensión colectiva*, que refiere a la capacidad de las mujeres para organizarse y trabajar en conjunto para transformar su entorno social.

Por tanto, las perspectivas de las autoras anteriormente mencionadas coinciden en varios puntos que podrían resumirse en la siguiente cita: “El camino de empoderamiento no va en sentido unidireccional, ni siquiera hay un determinado punto de partida o fin; los posibles rumbos varían según el contexto. El objetivo es la transformación de las estructuras de poder en la medida en que los desempoderados se apoderan del control sobre sus condiciones de vida individual y colectiva.” (Hoinle, 2013, p. 122).

El concepto autoempleo

En la década de los setenta las mujeres empezaron a presentar tasas crecientes de participación económica en Latinoamérica, incorporándose, sobre todo, a diversas ramas del sector

terciario. Para la década de los ochenta, la realidad laboral se precarizó, y con ello aumentó la expansión de actividades por cuenta propia en el comercio y los servicios no calificados. Como salida emergente a la crisis económica, el gobierno mexicano comenzó a proponer programas para que los sectores afectados generaran empleo en la economía informal por medio de proyectos productivos y microempresas rurales y urbanas; estas alternativas adquirieron estructuras variadas como las microempresas artesanales, las cooperativas, empresas familiares y otras formas de asociación (Zapata-Martelo, 2007).

Al respecto, De la Garza (2013) distingue un cambio de paradigma del *trabajo clásico* al *trabajo no-clásico*. El *trabajo clásico* se entiende como aquel tipo de trabajo regulado en el mercado capitalista, y el concepto de *trabajo no-clásico* hace referencia a las nuevas modalidades laborales: actividades no protegidas, inseguras y flexibles. Para nombrar estas formas, caracterizadas por su condición precaria y falta de seguridad social se han empleado diversos términos, por ejemplo “trabajo informal”, “trabajo no estructurado”, “trabajo atípico”, “trabajo no estándar” y “trabajo no decente”.

Asimismo, se puede hablar de una heterogeneidad de tipos de trabajo que difieren del trabajo asalariado; el *autoempleo* se usa en la literatura como sinónimo de *trabajo por cuenta propia*, *trabajo autónomo*, *trabajo independiente* o *emprendimiento*, y todos ellos refieren a la generación del propio empleo. El *autoempleo* es una actividad económica caracterizada por la autonomía de quienes la llevan a cabo, personas que administran su trabajo en forma, horario y condiciones, y estaría enmarcado dentro de los trabajos no formales. Al respecto, Espín (2013) hace una diferencia entre el *autoempleo voluntario* y el *autoempleo por necesidad*, propone esta distinción en función de la motivación principal de las mujeres. El primero refiere a las mujeres cuya primera opción es emprender o iniciar una actividad por cuenta propia, y el segundo a las mujeres que no contemplan el trabajo autónomo como primera opción, pero recurren a él como una salida de emergencia ante la falta de empleo asalariado.

Como mencionan Liliana Suárez (2008) y Tepichin (2010), si bien la incorporación de las mujeres al mercado laboral representó un hito importante, al no redefinirse la separación entre ámbito público y privado, para muchas significó únicamente un incremento de su carga de trabajo. Por ello, ante las realidades laborales contemporáneas, autoras y autores como Arruda (2004), De la Garza (2013), Cecilia Rabell (2009) y Pérez Orozco (2014) proponen ampliar y reconceptualizar la noción de *trabajo* tomando en cuenta los trabajos invisibles, como el trabajo doméstico o los trabajos de cuidado, y aquellos trabajos creativos que no están orientados únicamente a generar recursos monetarios, sino que responden al desarrollo de las aspiraciones intelectuales, creativas y afectivas de las personas: “La necesidad de desmercantilizar la capacidad productiva y creativa del ser humano, de crear nuevas formas de remuneración del trabajo, de desarrollar políticas que garanticen la distribución equitativa de la riqueza” (Arruda, 2004, p. 424).

Metodología

A continuación presentaré la perspectiva metodológica que sustenta mi trabajo, el tipo de estudio que se adaptó a los objetivos de mi investigación, las técnicas empleadas y selección de la muestra, así como algunos datos obtenidos de la población de estudio.

• Perspectiva metodológica

La perspectiva metodológica que seleccioné para mi investigación fue la feminista. Según Zapata-Martelo (2002) existe un debate sobre la manera de dar cuenta del empoderamiento:

“¿Hasta qué punto podemos constatar que las mujeres se han empoderado?, ¿en qué dimensiones? La respuesta depende del color del cristal teórico-metodológico con que se analice.” (Zapata-Martelo, 2002, p. 12). Esta autora considera que es difícil analizarlo en términos normativos, por lo que propone un enfoque basado en la experiencia; en este sentido, el empoderamiento se define en términos de la vida cotidiana y percepción de cada mujer: “El empoderamiento no es cuestión de abstracciones sino de los sentimientos auténticos de personas reales, de cambios genuinos que tienen lugar en vidas concretas” (Zapata-Martelo, 2002, p. 16). Para la construcción de los indicadores, retomé el Modelo Multifactorial de Empoderamiento que propone Rowlands (2008), el cual está dividido en tres dimensiones o niveles: el personal, de relaciones cercanas, y el colectivo.

• Tipo de estudio

Llevé a cabo esta investigación a través de un *estudio de caso*, esto es, un estudio empírico que buscó comprender los procesos y elementos del empoderamiento de las mujeres en una población concreta, situada en un momento y espacio determinado (Sautu, 2005). Dado que este estudio retomó la perspectiva feminista, que parte fundamentalmente de la experiencia de vida de las mujeres, el enfoque metodológico que se adecuó mejor fue la *investigación cualitativa* (Vasilachis, 2006). Para ello, se emplearon técnicas propias del método biográfico, como la entrevista a profundidad; ya que me interesó indagar en los relatos de vida de las productoras del Mercado Universitario UAQ, en sus motivaciones, condiciones de trabajo y experiencias laborales: “Los textos feministas sobre el empoderamiento indican la necesidad de colocar la interpretación y mediación de las experiencias por parte del sujeto (a) en el centro de nuestras indagaciones sobre los cómo y porqués del poder” (Zapata-Martelo, 2002, p. 233).

• Tipo de muestra

Para realizar esta investigación, utilicé una *muestra teórica, por conveniencia, o no probabilística*, a través de la técnica “bola de nieve”, “cadena” o “por redes” que está basada en la identificación de una participante clave, quien hizo referencia a otras que se añadieron paulatinamente al estudio (Vasilachis, 2006). El trabajo de campo lo realicé durante los meses de agosto, septiembre, octubre y noviembre de 2019, en las tres sedes del Mercado Universitario: Centro Universitario, Filosofía y Ciencias Naturales. Al tratarse de una muestra teórica, el número de participantes del estudio se definió por *saturación teórica*, en el momento en que respondí a las preguntas de esta investigación.

En total entrevisté a 18 productoras y una participante del Comité del Mercado Universitario, de una población total de 87 productores, de los cuales 58 eran mujeres y 29 hombres. El perfil mayoritario de las participantes de esta investigación fue el siguiente: 47% mujeres adultas de 35 a 60 años de edad, 67% con educación superior, 53% casadas y 87% provenientes de zona urbana. Los tipos de productos que comercializaban fueron: productos de higiene como jabones y toallas femeninas; alimentos frescos como quesos, galletas, hortalizas, dulces y pan; alimentos en conservas como mermeladas y salsas; productos de jardinería como arreglos de plantas y composta; y artesanías como joyas, accesorios, muñecas y bordados.

A continuación presentaré los resultados y testimonios más relevantes en cuanto al empoderamiento personal de las productoras del Mercado Universitario UAQ. Cabe mencionar que los nombres de las participantes fueron modificados para proteger su confidencialidad.

Resultados

El análisis de las motivaciones constituyó el punto de partida para esta investigación. Las participantes refirieron diversas razones por las que decidieron emprender sus negocios, es decir, producir y comercializar sus productos en el Mercado Universitario UAQ. Estas estuvieron relacionadas con sus necesidades, deseos, condiciones y proyectos de vida. Las tres motivaciones principales que mencionaron fueron las siguientes:

- 28% de las productoras dijo que por deseo de emprender sus propios negocios.

Encontré casos de productoras que, al haber vivido experiencias de insatisfacción laboral o empleos que no respondían a sus intereses, decidieron emprender sus propios negocios. Para estas mujeres, en su mayoría profesionistas, la principal motivación estuvo aunada al deseo de llevar a cabo proyectos personales. Estas productoras refirieron haber tenido un fuerte deseo de realizarse trabajando en lo que realmente les gusta, a pesar de que dicha actividad no les produjera un beneficio económico significativo. En estos casos, el beneficio se tradujo en la satisfacción personal que significó generar su propia fuente de empleo. A continuación, presento un testimonio al respecto:

Estuve aquí trabajando un tiempo y lo que estaba haciendo no me gustaba mucho, soy ingeniera industrial, y estuve trabajando en el Parque Aeronáutico. Sí estaba padre el trabajo, pero no llenaba mis expectativas, o sea, no me sentía yo a gusto con lo que estaba haciendo, estaba padre, pero no era lo que yo quería hacer, entonces realmente decidí salirme y emprender el proyecto. (Gloria, 25 años, producto: quesos de cabra)

- 17% de las productoras dijo que para convivir y generar ingresos complementarios.

Por otro lado, para algunas productoras su mayor motivación fue la convivencia, pues vieron en el autoempleo una oportunidad para socializar y salir de su rutina diaria. Para estas mujeres era importante que su actividad productiva les permitiera manejar sus tiempos de forma libre, con el fin de compaginarla con sus actividades del hogar. También refirieron la importancia de que su negocio representara una fuente de ingresos complementarios al hogar, ya que, en su mayoría, contaban con un proveedor principal en casa. A continuación, muestro un testimonio al respecto:

La razón por la que decidí irme por esto es porque yo estoy aquí y mi esposo no está toda la semana, nada más viene los fines de semana. Entonces cuando yo llegué mis hijos estaban más chicos, y yo buscaba algo que me permitiera a mí manejar mi tiempo. (Aurora, 46 años, producto: composta)

- 56% de las productoras dijo que por necesidad económica ligada al desempleo.

Las productoras de esta categoría mencionaron como motivación principal la necesidad económica, ellas decidieron convertirse en productoras como consecuencia de la pobreza y el

desempleo. En estos casos, el desempleo como fenómeno social explica muy bien la emergencia de modalidades laborales como el autoempleo. El siguiente testimonio da cuenta de la manera en que estas productoras experimentaron el desempleo y construyeron diferentes estrategias para hacerle frente:

Pues la necesidad económica. A los años que tengo no es tan fácil encontrar trabajo, pero pues uno tiene sus conocimientos de toda la vida, y pues hay que aplicarlos a ver qué podemos hacer con esas experiencias y conocimientos que tenemos de bordar, de tejer, de guisar, de hacer alguna artesanía, pues más que nada es la necesidad económica. (Susana, 65 años, producto: dulces tradicionales)

Lo interesante de esta investigación, como se mencionará más adelante, es que las productoras de las tres categorías que decidieron autoemplearse por diferentes motivaciones, a pesar de provenir de distintas situaciones económicas y familiares, y tener diversas edades y formaciones, compartieron en general elementos de empoderamiento personal. A continuación presentaré algunos testimonios.

Empoderamiento personal

Rowlands (2008) apunta que la dimensión personal del empoderamiento implica cambios a nivel psicológico, como el desarrollo de autoconfianza, autoestima, sentido de agencia y dignidad. De esta forma, el empoderamiento personal refiere a la percepción que tienen las mujeres de sí mismas, esto es, cómo se describen y qué cambios observan en su persona. La autoconfianza es ganada a través de la obtención de recursos materiales e inmateriales, como la creación de nuevas capacidades y habilidades, la participación en los espacios públicos, y la generación de ingresos. Como menciona Zapata-Martelo (2002), el trabajo por sí mismo puede generar en las mujeres capacidades y sentimientos de empoderamiento, ya que les permite administrar sus propios ingresos y, sobre todo, salir de la esfera doméstica. Por tanto, el empoderamiento personal se traduce en un sentimiento de hacer lo que antes no se creían capaces de hacer, la esperanza de que las cosas son posibles, un sentimiento de su valor como personas y, finalmente, se manifiesta en su capacidad de formular opiniones, ideas y tomar decisiones libremente. Al respecto, la mayoría de las productoras de este estudio refirieron cambios, sobre todo, a nivel emocional. A continuación, presentaré los factores impulsores e inhibidores del empoderamiento personal que se identificaron en este estudio:

• Factores que impulsaron el empoderamiento personal: generación de ingresos y creación de capacidades

Para las participantes de esta investigación, el aumento de su autoestima estuvo ligado a la generación, manejo y administración de sus propios ingresos. En general, las productoras expresaron que su actividad productiva representó una mejora económica, aunque fuera mínima. El trabajo creó en ellas un sentimiento de capacidad y fortaleza interna, puesto que se sintieron dueñas de sus ingresos, recursos, tiempo y decisiones financieras:

Desde que empiezo a tener esto, pues ahorita yo me siento como súper crecida con lo que tengo. Me llena de satisfacción tener esto, porque es

una manera de tener empleo para mí misma. (Gloria, 25 años, producto: quesos de cabra)

Probé como empleada en diferentes lados, que si en zapaterías, que si en tiendas, en casa. Me gustaba más o menos. Entonces ahorita me siento independiente, me siento libre, siento que subió mi autoestima, o sea no me siento igual que antes. (Alma, 40 años, producto: champú y jabones naturales)

Pues me ha hecho más segura de mí misma, más independiente emocionalmente, no sé, como con más fuerza para emprender lo que a mí me gusta. (Valeria, 31 años, producto: joyas)

El beneficio es que con la ganancia que hay, con eso es mi gasto mío, yo no tengo quien me mantenga, entonces soy una mujer que soy autosuficiente y no dependo de nadie. (Susana, 65 años, producto: dulces tradicionales)

El crecimiento de su autoestima también estuvo aunado al reconocimiento externo. Para las productoras del Mercado Universitario UAQ, elaborar productos que gustaran al público fue de suma importancia. A través de la interacción social las productoras se fueron haciendo de clientela fija, y los cumplidos que recibieron por su arduo trabajo y sus conocimientos se convirtieron en una gran motivación, es decir, representaron estímulos que sumaron a su autoestima:

Bueno, mis beneficios primero la satisfacción personal mía porque me hace sentir importante, me hace sentir grande, y segundo porque yo soy el sustento de mi casa [...] a mí me encanta porque cuando hago de comer o cuando la gente me dice “está delicioso”, es algo que no tiene precio para mí, tiene un valor enorme. (Diana, 47 años, producto: comida preparada)

Otro factor que impulsó su empoderamiento personal fue la creación de capacidades. Muchas productoras refirieron que para emprender su negocio tuvieron que aprender a elaborar, vender sus productos de cero y administrar sus ganancias a través de la experimentación propia o de la capacitación y formación externa por medio de programas públicos o privados:

El primer beneficio que trae a mi vida es que me creó capacidad para hacer muchas cosas que yo antes no sabía, ese es el beneficio más grande, el conocimiento. Y en cuanto a lo económico pues ahí vamos, entre estira y afloja porque no es fácil. (Alma, 40 años, producto: champú y jabones naturales)

• **Factores que inhibieron el empoderamiento personal: falta de capacitación y solvencia económica**

Como mencioné en el apartado anterior, uno de los factores que impulsó el empoderamiento de las productoras fue la creación de capacidades. A pesar de que algunas refirieron haberse capacitado por medio de cursos o a través de la prueba y el error, una preocupación y necesidad que se mencionó reiteradamente fue el desconocimiento que tenían respecto a la mercadotecnia, informática y administración, lo cual afectó negativamente sus negocios. En este sentido, la formación se vuelve un aspecto que puede posibilitar o vulnerar los procesos de empoderamiento de las mujeres:

Me gustaría aprender, por ejemplo, algo de la computadora [...] digo “quién sabe” a muchas cosas, porque digo, con el tiempo que tengo, ya está como para que me hubieran dado apoyos para maquinaria, para más cosas, sin embargo como no le sé. (Susana, 65 años, producto: dulces tradicionales)

Uno de los principales obstáculos para todo el mundo es arrancar y capacitarte, eso sí he visto yo [...] que te capacites y sepas cómo optimizar lo que ganas, y ahí es lo que creo que es lo principal, porque no sabemos. (Rita, 49 años, producto: salsas en conserva)

Otro de los factores inhibidores que refirieron las informantes fue la falta de solvencia económica para hacer crecer sus negocios, en otras palabras, financiamiento para la inversión y reinversión. Encontrar el equilibrio entre inversión y ganancia constituyó un reto para muchas, ya que, como mencionaron, el flujo de ventas era sencillamente impredecible, y requirieron comprar constantemente insumos y materia prima, además de otros gastos como el transporte o pagar la cuota del Mercado Universitario UAQ:

Durante mucho tiempo no ganamos nada de dinero, todo se iba en la inversión, hace apenas un año que empezamos a ganar un poco cada quien, porque ya lo creímos necesario, al menos quinientos pesos al mes que sean libres para cada una, al menos. (Miriam, 29 años, producto: copas y toallas)

Pues básicamente el negocio es todavía una ayuda, pero no es una fuente, básicamente el trabajo de mi esposo es lo que nos dio la posibilidad de iniciar este negocio, sí salimos con los gastos propios del negocio, pero estamos juntando precisamente para reinvertirlo y seguir creciendo. (Josefina, 52 años, producto: arreglos de cactus)

Conclusiones

Esta investigación partió de las siguientes preguntas: ¿el autoempleo puede ser una vía para empoderar a las mujeres? y ¿qué factores inciden en los procesos de empoderamiento de las

mujeres? Según la información recabada, para las productoras del Mercado Universitario UAQ, el autoempleo representó una vía para el desarrollo de su empoderamiento personal, ya que les permitió, principalmente, generar y administrar sus propios ingresos y crear nuevas capacidades que sumaron a su confianza personal. Sin embargo, también se evidenció la necesidad de que las productoras accedan a recursos materiales e inmateriales, como la financiación y la seguridad social, así como la formación y la capacitación continua. Lograr el empoderamiento personal, esto es, una mayor autoestima es un proceso en el que intervienen diversos factores tanto individuales como sociales, y su manifestación dependerá de cada escenario, realidad o contexto social.

Por tanto, esta investigación confirmó la hipótesis de que el autoempleo puede ser una vía de empoderamiento en tanto se dé en condiciones laborales justas y equitativas para las mujeres. Como menciona Espín (2013), el autoempleo puede contribuir a la precarización si no se toman en cuenta las motivaciones y las condiciones específicas de género, clase y raza de las mujeres, por ello, debe darse sobre una base de democracia e igualdad: “A pesar del contexto, es esencial no perder de vista que el empleo por cuenta propia constituye una herramienta con mucho potencial para el empoderamiento y el acceso a los recursos en condiciones de igualdad entre mujeres y hombres” (Espín, 2018, p. 106). Del mismo modo, Oliveira (1999) nos dice que el trabajo femenino, ya sea en la modalidad del autoempleo o el empleo formal, puede significar una plataforma que propicie cambios en las relaciones de poder. No cabe duda que el autoempleo puede ser un mecanismo para que las mujeres se empoderen, ya sea como una forma de subsistencia o una forma de autorrealización; como apunta Zapata-Martelo (2007), las mujeres pueden sentir gran satisfacción personal, ya que su participación económica adquiere significados importantes al interior del hogar y en el espacio público, convirtiéndolas en actoras sociales.

En conclusión, aunque el autoempleo enmarcado en la informalidad puede constituir ventajas y desventajas para las mujeres, el caso de las productoras del Mercado Universitario UAQ representa un mosaico de testimonios sobre las diversas estrategias y formas de resistencia que las mujeres construyen ante panoramas laborales poco prometedores, lo cual reitera la importancia de que las mujeres accedan a trabajos dignos para el fortalecimiento de su empoderamiento.

Referencias bibliográficas

- Arizpe, L. (1989). *La mujer en el desarrollo de México y de América Latina*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Arruda, M. (2004). Trabajo emancipado en A. Cattani (Comp.), *La otra economía*. Altamira. <http://www.economiasolidaria.org/files/Laotraeconomia.pdf>
- Bacqué, M. y Biewener, C. (2015). *El empoderamiento. Una acción progresiva que ha revolucionado la política y la sociedad*. Gedisa.
- Batliwala, S. (1997). El significado del empoderamiento de las mujeres: nuevos conceptos desde la acción en M. León (Ed.), *Poder y empoderamiento de las mujeres*. T/M Editores. http://www.congresoed.org/wp-content/uploads/2014/10/D4_Batliwala_1997.pdf
- De la Garza, E. (2013). Trabajo no clásico y flexibilidad en *Cuaderno CRH*, 26(68), 315-330. <https://www.redalyc.org/pdf/3476/347632191007.pdf>
- Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. (2019). *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo*. <https://www.inegi.org.mx/programas/enoe/15ymas/>
- Espín, M. (2013). Autoempleo femenino ¿un medio de empoderamiento o precarización de las mujeres?, *Actas del IV Congreso de la Red Española de Política Social (REPS)*, 450-461. Universidad de Alcalá. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5715008>
- _____. (2018). Autoempleo decente: las mujeres autónomas y el acceso a recursos. Un estudio en el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible marcados por la Agenda 2030 de la ONU, *Revista Internacional y Comparada de Relaciones Laborales y Derecho al Empleo*, 6(4), 101-123. http://ejcls.adapt.it/index.php/rlde_adapt/article/view/629
- García, S. (2015). *Las mujeres de Santiago Mexquititlán y el Oportunidades. Políticas públicas y municipio*. Fundación Universitaria de Derecho, Administración y Política. Universidad Autónoma de Querétaro.
- Hernández, E. y Falconi, R. (2008). *Instrumento para medir el empoderamiento de la mujer (IMEM)*. Universidad Autónoma de Tabasco. http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/101158.pdf
- Hoinle, B., Rainer, R. y Gotto, D. (2013). Empoderamiento espacial de las mujeres mediante la Economía Solidaria, *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 10(72), 117-139 <http://www.scielo.org.co/pdf/cudr/v10n72/v10n72a07.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (14 de agosto, 2019). *Resultados de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo*. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2019/enoe_1e/enoe_1e2019_08.pdf

- Kabber, N., Eyben, R. y Cornwall, A. (2008). *Conceptualising empowerment and the implications for pro poor growth. A paper for the DAC Poverty Network*. Institute of Development Studies (IDS). <https://www.ids.ac.uk/download.php?file=files/dmfile/conceptualisingempowermentpaperforPOVNET.pdf>
- León, M. (2001). El empoderamiento de las mujeres: Encuentro del primer y tercer mundos en los estudios de género. *La Ventana*, 13, 94-106. <http://148.202.18.157/sitios/publicacionesite/ppperiod/laventan/Ventana13/ventana13-4.pdf>
- Oliveira, O. y Ariza, M. (1999). Trabajo, familia y condición femenina: una revisión de las principales perspectivas de análisis, *Papeles de Población*, 20, Centro de Investigación y Estudios Avanzados de la Población, Universidad Autónoma del Estado de México.
- Organización Internacional del Trabajo. (13 de febrero, 2019). *El gran problema del empleo en el mundo: Las malas condiciones de trabajo*. https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_670577/lang--es/index.htm
- Pérez, A. (2014). *Subversión feminista de la economía. Aportes para un debate sobre el conflicto capital-vida*. Traficantes de sueños.
- Pick, S. y Sirkin, J. (2007). Escala para medir Agencia Personal y Empoderamiento (ESAGE), *Revista Interamericana de Psicología*, 41(3), 295-304. Consultado en: <https://www.re-dalyc.org/pdf/284/28441304.pdf>
- Rabell, C. (2009). *Tramas familiares en el México contemporáneo*. Universidad Autónoma de México.
- Rowlands, J. (2008). *Questioning Empowerment. Working with Women in Honduras*. Oxfam.
- Sautu, R., Boniolo, P., Dalle, P. y Elbert, R. (2005). *Manual de metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología*. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. <https://www.fceia.unr.edu.ar/geii/maestria/2014/DraSanjurjo/8mas/Ruth%20Sautu,%20Manual%20de%20metodologia.pdf>
- Suárez, L. (2011). *Descolonizando el feminismo. Teorías y prácticas desde los márgenes*. Ediciones Cátedra.
- Tepichin, A. (2009). Autonomía para participar en decisiones: elemento central para el combate a la pobreza con equidad de género, *Revista de Estudios Sociológicos*, 27(79). http://ces.colmex.mx/pdfs/anamaria/a_tepichin_8.pdf
- _____. (2010). Política pública, mujeres y género, en A. Tepichin. (Coord.) *Los grandes problemas de México*. Colegio de México. http://ces.colmex.mx/pdfs/anamaria/a_tepichin_15.pdf
- Vasilachis, I. (2006). *Estrategias de investigación cualitativa*. Editorial Gedisa

Young, K. (2006). El potencial transformador en las necesidades prácticas: empoderamiento colectivo y proceso de planificación, *Antología preparada para el primer curso diplomado en desarrollo humano local, género, infancia, población y salud*. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo y Fondo de las Naciones Unidas para la infancia.

Zapata-Martelo, E. y Suárez-San Román, B. (2007). Las artesanas, sus quehaceres en la organización y en el trabajo, *Revista Ra Ximhai*, 3(3), 591-620. <https://www.redalyc.org/pdf/461/46130301.pdf>

_____. Townsend, J., Rowlands, J., Alberti, P. y Mercado, M. (2002). *Las mujeres y el poder. Contra el patriarcado y la pobreza*. Plaza y Valdés.