

## “PROCESO DE VENTA EN PROYECTOS PRODUCTIVOS DE MUJERES RURALES EN LA MICROREGION LITORAL PONIENTE”

*MA Luis del Jesús Franco Pérez<sup>1</sup>*

*MDO Concepción Mánica Zuccolotto<sup>2</sup>*

*MA Silvia Gpe. Ceballos López<sup>3</sup>*

### **Resumen:**

El papel que juega el gobierno en la generación del desarrollo económico del país y del combate a la pobreza es definitivo; existiendo para tal fin, diversos programas de desarrollo social a los cuales se les han asignado recursos con la finalidad de apoyar a la población más endeble buscando la creación de proyectos productivos que generen ingresos económicos a la familia y la comunidad. En Yucatán, 69 de sus 106 municipios viven en un grado de marginación alto, lo que implica una población rural pobre, carente de recursos y oportunidades de vida; siete de los nueve municipios que integran la microregión Litoral Poniente presentan dicha característica.

Esta investigación encontró 52 proyectos dirigidos por mujeres los cuales están distribuidos en los siete municipios de la microregión Litoral Poniente; los cuales recibieron apoyo de alguno de los siguientes programas: Fomicy y Foproyuc (programas de secretaría estatal) y POPMI, Programa de Activos Productivos, Opciones Productivas y PROMUSAG (programas de secretarías de orden federal) durante los años 2007, 2008 y 2009.

El objetivo de esta investigación fue el conocer el proceso de venta de los 52 proyectos, las oportunidades y problemas en la vida diaria, los logros obtenidos y las expectativas de las administradoras, para lograr un entendimiento de la situación en la que se desenvuelven éstos proyectos y sus posibilidades de ser en realidad fuentes de ingresos y de mejora familiar.

La conclusión después de realizada la investigación, fue: los 52 proyectos están estrechamente ligados a la elaboración manual, las encargadas cuentan con escasa calificación o especialización, estableciéndose los negocios dentro del hogar, no contando la mayoría de

---

<sup>1</sup> C.P. Luis del J. Franco Pérez de la Universidad del Valle de México, Campus Mérida.

<sup>2</sup> C.P. Concepción Mánica Zuccolotto del Instituto Tecnológico de Mérida.

<sup>3</sup> C.P. Silvia Gpe. Ceballos López de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Yucatán.

ellos, con horarios de producción y venta, son proyectos limitados en recursos de capital y tecnología, además de estar ubicados y dirigidos a sectores pobres de la población, siendo el mercado local su consumidor, no cuentan con transporte que les permita moverse a otros mercados potenciales, el proceso de producción en estas mujeres es el resultado de conocimientos adquiridos en el hogar, trabajos anteriores o por asesoría por parte de la Secretarías.

Con respecto al producto o servicio, el precio se asigna de dos formas: el costo de los insumos más una ganancia establecida y al valor del mercado, en cuanto a la publicidad o forma de dar a conocer su negocio, no hay una participación activa en la mayoría de los proyectos, sino que confían en la opinión del consumidor; uno de los problemas que comentan es la competencia y la forma más utilizada para enfrentarla es a través de la reducción de precios, una parte de los negocios comenta que la mala ubicación del hogar es uno de los grandes problemas para realizar su venta, dado que no se encuentra ubicado en una zona céntrica o de cruce peatonal. El producto elaborado, no muestra diferenciador alguno que permita y genere una preferencia por el consumidor, por lo que difícilmente se puede contar con un mercado cautivo, el único diferenciador que pudiese servir de referencia ante el mercado, es el precio, factor de lucha entre la competencia y los proyectos, lográndose al final de esto solamente, una reducción de los ingresos a las mujeres.

Entre las necesidades reportadas se encuentra la falta de capital y la capacitación, siendo que todos estos proyectos confirman recibir como beneficio el bienestar económico el cual es invertido en nuevos materiales para la elaboración de nuevos productos y en el gasto familiar.

### **Marco Teórico**

El proceso de la integración económica ha hecho aumentar la competencia entre los mercados y durante décadas ha estimulado los ajustes del sistema productivo de los países, regiones y las ciudades. Dicha situación “ha proporcionado la formación de un sistema productivo y espacial cada vez más diversificado, sin conseguirse eliminar la pobreza ni las fuertes desigualdades existentes en la población mundial” (Vázquez, 2005, p. 11).

Debido al carácter inequívoco de los patrones de desarrollo que han prevalecido en América Latina, el tema de la desigualdad y pobreza han estado siempre presentes como problema social y como asunto de debate público, siendo estos temas la razón de diversos estudios los

cuales tratan de explicar la situación en la que viven millones de seres humanos y la complejidad de su solución.

La persistencia de profundas desigualdades sociales y la masividad de la pobreza son indiscutiblemente los principales problemas que afectan a las sociedades latinoamericanas hoy en día. Estos problemas que con distintas intensidades y características específicas han acompañado al desarrollo de la mayoría de los países de la región, parecen inherentes a condicionamientos históricos de la formación de las sociedades nacionales y al patrón de desarrollo seguido de ellas. De allí que los esfuerzos tendientes a mejorar las condiciones de vida y disminuir las desigualdades constituye un desafío de gran envergadura.

Es importante clarificar que el objetivo de todo desarrollo social es proporcionar oportunidades a toda la población para que alcancen su realización como seres humanos, lo que implica satisfacer plenamente –entre otras- sus necesidades básicas de educación, salud, nutrición y vivienda, y participar libremente de la construcción de la sociedad, Iniciativa Ciudadana y Desarrollo Social A.C [INCIDE Social] comenta con respecto al desarrollo social:

Es parte fundamental para garantizar el mejoramiento de la calidad de vida de las personas, no hay desarrollo sostenible sin justicia social y equidad. El tema de desarrollo social en México es sumamente sensible, toda vez que somos un país de profundas desigualdades y con elevados niveles de pobreza y subdesarrollo en gran parte del territorio nacional. Esta situación de desigualdad y exclusión, combinada con las secuelas sociales resultado de las crisis económicas han dejado un profundo deterioro del tejido social (¶1).

A pesar de que puedan ser muchas las causas que explican la desigualdad, Ferreira y Walton (2006, p. 6) consideran cuatro factores interrelacionados que parecen ser los más importantes:

1. La distribución de la educación es desigual, en términos de calidad y de cantidad (años de escolaridad) así como de otros activos.
2. Los trabajadores calificados –aquellos que tienen la mejor educación- reciben salarios mucho más altos que los demás trabajadores.
3. Los individuos con ingresos altos y mejor educación tienden a tener menos niños –de modo que el ingreso dado de una familia significa un ingreso per cápita mayor.

4. A pesar de que algunos Estados latinoamericanos intervienen activamente en la economía, en general no redistribuyen mucho ingreso de los ricos hacia los pobres.

Estos mismos autores consideran que para reducir la brecha de desigualdad existente en América Latina, se deberán considerar los siguientes puntos:

1. Reducir la desigualdad en el acceso a activos productivos. Igualar el acceso a la calidad de la educación es primordial, por su influencia en las oportunidades económicas, estatus social e influencia política. También el acceso a la tierra, derechos de propiedad e infraestructura.
2. Es necesario hacer que las instituciones de mercado funcionen mejor para todos mediante mercados financieros y de productos más profundos y unas instituciones laborales más incluyentes, que logren un equilibrio entre la flexibilidad con protección de los trabajadores.
3. Fortalecer la capacidad del Estado para redistribuir la riqueza. Esto implica incrementar sus bajos esfuerzos tributarios, y, en largo plazo, hacer que los impuestos sean más progresivos mediante un recaudo efectivo de éstos al ingreso y la propiedad. Un incremento en los impuestos solo tiene sentido si estos se usan efectivamente.

Vázquez (2005, pp. 23-24) comenta en su obra *Las nuevas fuerzas del Desarrollo*:

La piedra angular de la explicación del desarrollo a largo plazo reside en las fuerzas que, interactuando, generan efectos multiplicadores de la inversión; es decir, aquellos mecanismos, ocultos del desarrollo que transforman los impulsos de la inversión en crecimiento sostenido de la renta y el empleo, y dan lugar a economías en el sistema productivo y a rendimientos crecientes de los factores de producción.

Para lograrlo se precisa aumentar la productividad en todos los sectores productivos, es decir, aumentar la producción en las actividades agrarias, industriales y de servicios, utilizando la misma cantidad de trabajo. En un escenario como el actual, caracterizado por la globalización de la producción y de los intercambios y el aumento de las actividades de servicios, las ciudades se han convertido en el espacio preferente del desarrollo, ya que en ella se toman las decisiones de inversión y se realizan la localización de las empresas industriales y de servicios (Lasuén, 1976).

El rol del Gobierno como promotor del desarrollo económico y del combate a la pobreza es indiscutible; mientras algunos consideran una política distributiva como un requerimiento para el crecimiento, otros identifican en el crecimiento una condición necesaria para el combate a la pobreza. En el primer caso, un Estado activo mediante políticas sociales disminuye los niveles de desigualdad y pobreza, en el segundo se piensa de un Estado directivo facilitador de las actividades de los actores privados. Ambos casos tienen como punto de encuentro en el entender al desarrollo como la consecuencia de la política social y económica, de modo que se generen oportunidades de ingreso y acumulación de capital humano, en la que los ciudadanos puedan participar en la generación de ingreso. El desarrollo económico se produce como consecuencia de la utilización del potencial y del excedente generado localmente y la atracción, eventualmente, de recursos externos, así como de la incorporación de las economías externas ocultas en los procesos productivos. Dirven (2007, p. 9) considera “el crecimiento económico como el mayor vehículo para la reducción de la pobreza”.

## **Programas de Desarrollo Social**

Uno de los aspectos más preocupantes del desarrollo económico reciente de muchos países industrializados y en vía desarrollo es el aumento del desempleo y la pobreza (Cardero, 1997). La Presidencia de la República a través de su Plan Nacional de Desarrollo [PND] (2007, ¶ 1-10) comenta como finalidad de toda política social:

1. Lograr en los mexicanos el bienestar y desarrollo humano a través de de la igualdad de oportunidades.
2. Desarrollar las aspiraciones de los mexicanos en plenitud, mejorando sus condiciones de vida;
3. Resolver las causas más profundas de la pobreza, con justicia y equidad a fin que perdure;
4. Romper la transmisión intergeneracional de la pobreza;
5. Generar empleo para un mejor nivel de vida;
6. Reducir las desigualdades y el gasto público.

El Gobierno Federal busca a través de este PND crear apoyos a la población vulnerable a través de ayuda económica, técnica, administrativa, médica, sociales, educativa, etc., logrando de esta manera una mejora de vida. Para esto, se fortalecen diversos ejes sobre los cuales está dirigida su política de desarrollo social; algunos de los ejes establecidos por el Federativo son:

1. Fomentar el desarrollo y el respeto a los derechos y dignidad de las personas.
2. Impulsar una visión compartida para la superación de la pobreza en todas las políticas públicas.
3. Generar una política social de, con y para los pobres.
4. Reforzar un tejido social, el desarrollo comunitario y la participación social.
5. Proteger a las familias en condición de pobreza.
6. Fortalecer el desarrollo social con una política de equidad de género.

### **Fondos de Micro créditos del Estado de Yucatán [FOMICY].**

El programa Fondos de Micro créditos del Estado de Yucatán [FOMICY] es manejado a través de la Secretaría de Fomento Agropecuario y Pesquero [SFAYP] a cargo de la Dirección de Apoyo a la Mujer Campesina, esta dirección tiene como objetivo general:

Promover el desarrollo rural de proyectos productivos y realizar tareas que permitan elevar el nivel de vida de las mujeres campesinas, rurales e indígenas; apoyar en forma directa a los grupos de productoras y artesanas e incorporar a la mujer en nuevos proyectos e impulsar el desarrollo de sus actividades (Secretaría de Fomento Agropecuario y Pesquero, ¶1).

Teniendo por lo tanto el programa FOMICY el objetivo es apoyar financieramente con tasas preferentes a cualquier persona física o moral, principalmente a las mujeres del medio rural que cuenten con un proyecto productivo que las beneficie en forma individual o colectiva, y fomentar el autoempleo y la creación de micro empresas (Secretaría de Fomento Agropecuario y Pesquero, ¶4).

### **Fondo de Apoyo a la Productividad Agropecuaria del Estado de Yucatán [FOPROYUC].**

El programa Fondos de Apoyo a la Productividad Agropecuaria del Estado de Yucatán [FOPROYUC] es manejado a través de la Secretaría de Fomento Agropecuario y Pesquero [SFAYP]. Entre sus objetivos se enumeran: 1) Elevar el nivel de desarrollo humano y patrimonial de los mexicanos que viven en las zonas rurales y costera, 2) Abastecer el mercado interno con alimentos de calidad, sanos y accesibles provenientes de nuestros campos y mares, 3) Mejorar los ingresos de los productores incrementando nuestra presencia en los mercados globales, promoviendo los procesos de agregación de valor y la producción de energéticos, 4) Revertir el

deterioro de los ecosistemas, a través de acciones para preservar el agua, el suelo y la biodiversidad y 5) Conducir el desarrollo armónico del medio rural mediante acciones concertadas, tomando acuerdos con todos los actores de la sociedad rural. Además de promover acciones que propicien la certidumbre legal en el medio rural (SAGARPA, 2010a, ¶7). Este programa se encarga de apoyos dirigidos al sector de productividad agropecuaria, el fin es fomentar la productividad del estado de Yucatán, debido a que es un programa que esta canalizado a través de la dependencia de Desarrollo Rural con fondos del estado, que este mismo presupuesta al gobierno federal, para que los beneficiarios contribuyan al aumento del PIB del país.

### **Programa Para Adquisición de Activos Productivos [PAAP].**

El Programa para la Adquisición de Activos Productivos [PAAP] es manejado por la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación [SAGARPA] y es puesto en marcha a partir del 2008, tiene cobertura nacional y su presupuesto federal aprobado para ese año es de 12,039.1 millones de pesos. Es un programa dirigido con prioridad a la población localizada en zonas con alta y muy alta marginación y con bajo nivel de activos. El Programa entrega subsidios para inversiones de tres tipos: infraestructura productiva, maquinaria y equipo, y para material vegetativo, especies zootécnicas y acuícolas. Dicho apoyo se entrega de forma monetaria y contra obra realizada (esquema de reembolso). En relación con el porcentaje de apoyo, el Programa cubre entre el 10% y el 90% de la inversión total del proyecto con un tope de \$250,000 por persona física beneficiada. Para ser beneficiario, el productor debe elaborar y presentar un proyecto, mismo que es evaluado y clasificado dentro de un orden de prelación. Los proyectos con mayor puntaje son los apoyados, hasta agotar los recursos disponibles del Programa.

Siendo el objetivo del programa PAAP: Incrementar los niveles de capitalización de las unidades económicas de los productores rurales y pesqueros a través del apoyo subsidiario a la inversión en bienes de capital estratégico, para la realización de actividades de producción primaria, sanidad e inocuidad, procesos de agregación de valor y acceso a los mercados. (SAGARPA, 2010b, ¶1).

## **Programa de Opciones Productivas**

Opciones Productivas es un programa que apoya proyectos productivos de la población que vive en condiciones de pobreza, incorporando en ellos el desarrollo de capacidades humanas y técnicas como elementos para promover su sustentabilidad económica y ambiental (SEDESOL, 2010, ¶1). Los fondos de este programa pertenecen al Ramo Administrativo 20 “Desarrollo Social” y serán destinados fondos en las entidades federativas, en los términos de disposiciones aplicables, exclusivamente a la población en condiciones de pobreza, de vulnerabilidad, de rezago y de marginación de acuerdo con criterios oficiales dados a conocer por la Secretaría de Desarrollo Social, el Consejo Nacional de Población y a las evaluaciones del CONEVAL, mediante acciones que promuevan la superación de la pobreza a través de la educación, la salud, la alimentación, la generación de empleo e ingreso, autoempleo y capacitación; protección social y programas asistenciales; el desarrollo regional, la infraestructura social básica y el fomento del sector social de la economía (Diario Oficial de la Federación, 2009).

## **Programa de la Mujer en el Sector Agrario [PROMUSAG]**

El programa PROMUSAG está orientado a las mujeres que habitan en núcleos agrarios, y que se organizan para desarrollar un proyecto productivo que les permita obtener ingresos y con ello contribuyan a combatir la pobreza en el medio rural buscando resolver el problema de la pobreza y pobreza extrema. Este programa está bajo la supervisión de la Secretaría de la Reforma Agraria [SRA]

## **Programa Organización Productiva para Mujeres Indígenas [POPMI]**

El Programa de Organización Productiva para Mujeres Indígenas [POPMI] surge en el año 2002 y es coordinado por la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas [CDI]: Es un programa dirigido a atender la desigualdad social que existe entre hombres y mujeres y que de manera lamentable se incrementa en el seno de los pueblos y comunidades indígenas de México (CDI, 2010, ¶2). Este programa está dirigido específicamente a las mujeres indígenas, con escasa práctica organizativa y económica-comercial; brinda apoyos para procesos productivos e incluso de autoconsumo, que les permita, mediante capacitación y asistencia técnica, impulsar y consolidar su organización y proyecto, teniendo la posibilidad de acceder en



un futuro a otras fuentes de apoyo y de abrir espacios de reflexión respecto a su condición social y de autoestima (CDI, 2010, ¶3).

### **Características de los proyectos productivos**

Una aproximación a la realidad de las empresas de mujeres en México, según el Instituto Nacional de las Mujeres (2006) muestra que: la mayoría de ellas son microempresas de autoempleo, unidades de carácter familiar, opciones productivas de bienes y servicios orientadas al mercado local, que intentan constituir una respuesta a la ausencia de ingreso de muchas mujeres jefas de familia que no están incorporadas en el mercado laboral, y que mantienen una fuerte tendencia a insertarse en el sector informal de la economía, entendiéndose por tal a las actividades de producción de bienes y/o servicios efectuadas por personas que no cuentan con registros como unidades económicas ante las autoridades (p. 8).

El mismo autor comenta con respecto a la manera en que nacen estos proyectos: Muchos de éstos proyectos de mujeres se caracterizan por el origen de condiciones y la forma como surgen estas unidades económicas, determinadas en buena medida por las relaciones familiares en unidades que nacen en el seno de las familias con recursos aportados la mayoría de las veces por los propios miembros y con muchas dificultades pero ante todo, con una alta participación e intervención de la familia en el ámbito de las decisiones que afectan, para bien o para mal, el desarrollo de la misma (p.13).

### **Metodología**

Según el nivel de medición y análisis de la información, el tipo de estudio realizado en el presente trabajo es descriptivo. Se define investigación descriptiva a la que “busca especificar propiedades, características y riesgos importantes de cualquier fenómeno que se analice” (Hernández, Fernández y Baptista, 1991, p119). El diseño de la misma es no experimental, del tipo transeccional o transversal, ya que el fin de la investigación es observar y recoger información por medio de una herramienta elaborada sin intervenir en el desarrollo de la conducta de los sujetos (Hernández, Fernández y Baptista. 1991, p.184). Así mismo “las investigaciones transaccionales o transversales son aquellas donde se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único” (Bernal, 2000).

## Sujeto de estudio

Son sujetos de estudio las mujeres apoyadas por parte de programas de desarrollo social y se encuentran localizadas en los municipios de la microregión litoral poniente del estado de Yucatán.

## Población

Para la determinación de la población, se consideró como base de datos, los directorios de los proyectos con fondos aprobados por 5 instituciones: La Secretaría de Fomento Agropecuario y Pesquero [SFAYP] en sus programas: FOMICY años 2007 y 2009 y FOPROYUC año 2007; la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación [SAGARPA] en su programa de Activos Productivos, años 2008 y 2009; la Secretaría de Desarrollo Social [SEDESOL], en su programa Opciones Productivas año 2009; la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas [CDI] en su Programa de Organización Productiva para Mujeres Indígenas [POPMI] año 2008 y la Secretaría de la Reforma Agraria [SRA] en su Programa de la Mujer en el Sector Agrario [PROMUSAG] en el año 2009.

## Ubicación

Las mujeres con apoyos de programas de desarrollo social se encuentran distribuidas entre los municipios pertenecientes a la microregión litoral poniente y ésta se encuentra formado por los municipios de Celestún, Chocholá, Halachó, Kinchil, Kopomá, Maxcanú, Opichén, Samahil y Tetíz. Dado que es condicionante de la investigación que los municipios sean catalogados de alto grado de marginación, no son considerados las mujeres con apoyos aprobados pertenecientes a los municipios de Celestún y Chocholá dado que estos municipios tienen un grado de marginación medio. La tabla 1 muestra el número de proyectos localizados en los 7 municipios restantes.

Tabla 1  
*Proyectos productivos por municipio de la microrregión Litoral Poniente*

	Total
Halachó	28
Opichén	10
Tetíz	8
Kinchil	5
Kopomá	5
Samahil	5
Maxcanú	4
Total	65

Fuente: Elaboración propia.

## Procedimiento

La obtención de información constó de tres partes:

1. *Obtención de información:* Se identificó en mapa del estado de Yucatán, la microrregión no. 7 denominada Litoral Poniente la cual está integrada de 9 municipios: realizándose la investigación en 7 de ellos, siendo que estos municipios tienen como característica estar catalogados como municipios de grado alto de marginación. Ellos son: Halachó, Kinchil, Kopomá, Maxcanú, Opichén, Samahil y Tetíz. Se realizó una revisión en prensa local y a través de las páginas en internet de las instituciones con programas de desarrollo social apoyando proyectos escogiéndose aquellos en los que las beneficiarias fueran mujeres.
2. *Entrevista:* Se visitaron las comunidades contactándose a cada encargada del proyecto explicándoseles la razón de la investigación mediante plática introductoria. Después de autorización previa, se procedió a realizar la aplicación de la herramienta la cual se realiza en una sola entrevista.
3. *Formulación base de datos:* Con las encuestas aplicadas se realizó concentrado de datos utilizando el programa estadístico SPSS (*Statistics Package for Social Science*) ver. 10 para *Windows*), procediéndose al análisis e interpretación de los datos para obtener resultados que permitan establecer las conclusiones del estudio y las propuestas pertinentes.

## Instrumento

El instrumento a utilizarse en esta investigación es el cuestionario denominado *Grado de Distribución en el mercado doméstico de los productos elaborados en proyectos productivos de mujeres rurales del Estado de Yucatán*, siendo los autores de este instrumento Concepción Mánica Zuccolotto, Silvia Ceballos López, Aida Lidia Góngora Lizama y Julieta Elvira Pérez Canto. La herramienta fue testeada durante la Feria Yucatán realizada por la Secretaria de Fomento Agropecuario y Pesquero realizada en Noviembre del 2008. La guía de entrevista contiene 32 preguntas, de las cuales 20 son de identificación del proyecto y 12 son de comercialización.

## Resultados

Al contactar a los 65 proyectos del estudio, se descartan a 13 de ellos (20 por ciento) por razones no aptas. La tabla 2 muestra las razones por las que 13 proyectos son excluidos,

siendo la desintegración del grupo de trabajo y la de no haber recibido el apoyo (aunque en las listas oficiales aparezcan) las dos razones principales.

Tabla 2  
*Razones de no consideración de proyectos en el estudio*

	Total	Porcentaje
Por Desintegración	4	30.77%
No recibieron el apoyo	4	30.77%
Manejo de un familiar varón	3	23.08%
Fallecimiento de la responsable	1	7.69%
Cambio de residencia	1	7.69%
Total	13	100.00%

Fuente: Elaboración propia

En lo referente al lugar donde venden sus productos, la tabla 3 muestra que la mayoría de la venta de los productos se realiza en el domicilio de las mujeres, presentando las otras opciones una frecuencia bastante lejana a la primera.

Tabla 3  
*Lugar donde realizan la venta de sus productos*

	Total	Porcentaje
En su domicilio	37	71.15%
En un local	10	19.23%
Clientes en otra ciudad	4	7.69%
En la granja	1	1.92%
Total	52	100.00%

Fuente: Elaboración propia

En lo que respecta a quienes integran el mercado consumidor de sus productos y servicios, la tabla 4 muestra los resultados obtenidos, en los que prevalece la venta a un mercado local -el de la propia comunidad-; siendo que la segunda y tercera opciones, presentan un porcentaje en las frecuencias por debajo del 16 por ciento de los casos.

Tabla 4  
*Integración del mercado consumidor*

	Total	Porcentaje
Familiares y resto de la comunidad	40	76.92%
Cliente en otra ciudad	8	15.38%
Cliente en otro estado	4	7.69%
Total	52	100.00%

Fuente: Elaboración propia

En lo referente a la manera de asignar el precio, en la tabla 5 es notorio la consideración del valor de los insumos más una utilidad. Durante la investigación se preguntó a las mujeres la forma en que ésta utilidad fue asignada y confirman no contar con una metodología propia sino en base a los que ellas consideran “una ganancia justa”. Durante las entrevistas, fue notorio la no consideración de dos factores: el tiempo de producción y la mano de obra, dado que consideran que en el primer caso, “el tiempo les sobra” o “siempre se hace tiempo” por lo que no lo ven como un costo integrador del precio, con respecto al costo de la mano de obra, no existe la conciencia de considerarlo dado que para ellas, ya se ve reflejado en la utilidad asignada; la segunda respuesta obtenida, es que el precio lo fija el mercado consumidor, no ellas, esta opción reunió un 15.3% de las entrevistas, situación que bloquea la oportunidad de poder manejar el precio dado que es determinado por los compradores.

Tabla 5  
*Formas de asignación del precio de ventas a los productos o servicios*

	Total	Porcentaje
Precio de los materiales más utilidad	31	59.62%
Valor del mercado del animal	16	30.77%
Precio por unidad establecida (Kg)	4	7.69%
El precio lo asigna la SAGARPA	1	1.92%
Total	52	100.00%

Fuente: Elaboración propia

En lo referente a las maneras de publicitar su producto o servicio ante el mercado, las tabla 6 muestra las frecuencias recabadas en la investigación, en la que predomina más del 50 por ciento el utilizar a los clientes como único medio de promoción, siendo en segundo lugar y solo en un cuarto de los casos, algún tipo de publicidad pintada o letrero pegado que permita la difusión del proyecto productivo, así como también, resulta con un bajo porcentaje el utilizar la contratación de algún tipo de volanteo o publicidad móvil.

Tabla 6

*Forma de dar a conocer su producto o servicio*

	Total	Porcentaje
A través de sus clientes	29	55.77%
Publicidad en el exterior del domicilio	13	25.00%
Contrata publicidad móvil o volantes	5	9.62%
A través de la Secretaria otorgante del apoyo	2	3.85%
En ferias y festivales	1	1.92%
Se apoya con familiares	1	1.92%
Es el único en la comunidad - no realiza publicidad alguna	1	1.92%
Total	52	100.00%

Fuente: Elaboración propia

En lo referente al uso de mobiliario y equipo que permita la promoción y facilite la venta del producto, la tabla 7 muestra las frecuencias del estudio, en lo que prevalece que la mayoría de los proyectos no cuentan con equipo alguno para apoyar la venta del producto o servicio. Fue notorio durante la investigación, que muchos proyectos cuentan con mobiliario pero éstos se encontraban en situación de falta de limpieza, no acomodados en una zona que apoyase al proceso de venta y, en varios casos, eran subutilizados o usados de manera diferente al que debiera ser.

Tabla 7

*Uso de mobiliario y equipo como apoyo al proceso de venta*

	Total	Porcentaje
Cuenta con equipamiento	31	59.62%
No cuenta con equipo	21	40.38%
Total	52	100.00%

Fuente: Elaboración propia

En lo referente a las acciones para facilitar el consumo de sus productos, la tabla 8 muestra que en 20 de los casos estudiados -38.46 por ciento- la disminución del precio de venta para competir en el mercado, fue la política más utilizada, siendo las otras tres acciones: 1) una mejor calidad del producto o servicio, 2) la entrega a domicilio y 3) visitar clientes potenciales y 4) la venta a crédito.

Es de comentarse el caso de una cocina económica en el municipio de Halachó, la cual como acción para acercarse al mercado consumidor, la encargada decidió tomar cursos de cocina para diabéticos, la cual comenta con sus palabras “no encontró –refiriéndose a la competencia- quién se dedicara a los enfermos”, otro caso, es el de una frutería que surte condimentos, frutas, verduras y agua purificada a las familias de la población de Isla Arena la cual se localiza en el estado de Campeche y antes, los mismos pobladores tenían que cruzar en lancha a continente a hacer sus compras, en estos dos casos podemos ver como una política de venta especializada en base a las características y necesidades propias del mercado consumidor.

Tabla 8  
*Acciones realizadas para acercar el mercado a sus productos o servicios*

	Total	Porcentaje
Mejora el precio de la competencia	20	38.46%
Calidad y diversidad de productos	13	25.00%
Entrega a domicilio y visita a clientes y a potenciales	9	17.31%
Vende a crédito	7	13.46%
Considera su carisma como un diferenciador	1	1.92%
No realiza ninguna. Depende de la Secretaria	1	1.92%
Toma cursos de especialización	1	1.92%
Total	52	100.00%

Fuente: Elaboración propia

En lo correspondiente a los problemas que se enfrentan estos proyectos, la tabla 9 muestra que los principales son: 1) la mala ubicación del hogar como punto de venta, 2) el alto costo de los materiales y 3) la competencia, por otra parte, 4) el tiempo de crecimiento de los animales –en el caso de proyectos de ganado, se necesita más de 2 años para la venta del animal-, así también, 5) la falta de visita a las comunidades de proveedores y reparadores de los equipos recibidos por las secretarías.

Tabla 9

*Problemas a enfrentar en el desarrollo de su proyecto*

	Total	Porcentaje
Mala ubicación del hogar para realizar la venta	8	15.38%
El alto costo de los materiales	8	15.38%
Competencia	8	15.38%
Tiempo necesario para el crecimiento del animal	7	13.46%
La ausencia de visitas por parte de proveedores	6	11.54%
Considera no tener problema	4	7.69%
Falta de preparación y asesoría técnica	3	5.77%
Mal servicio eléctrico y telefónico	2	3.85%
No contar con vehículo	2	3.85%
Temporalidad del producto (fruta y verduras)	1	1.92%
No conocer la ciudad donde residen sus clientes	1	1.92%
Problemas familiares que afectan su trabajo	1	1.92%
Clima y temperatura	1	1.92%
<b>Total</b>	<b>52</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Elaboración propia

En lo referente a los resultados obtenidos de sus proyectos productivos, los 52 casos (el 100 por ciento) confirman la obtención de una mejora económica.

Con respecto a las necesidades para mejorar sus proyectos, la tabla 10 muestra que en 35 de los 52 casos, la falta de capital fue el más reportado, este sería usado en mejoras y ampliación del negocio, dado que consideran que con una ampliación en producción o espacios, tendrían una mayor cantidad producida y mejor calidad; se encontró en segundo lugar, la necesidad de capacitación para mejorar técnicas de elaboración de producto y reparación de maquinaria.

Tabla 10

*Necesidades vigentes para mejora de sus proyectos*

	Total	Porcentaje
Capital para ampliar o mejorar el negocio	35	67.31%
Capacitación	7	13.46%
Hacerse de clientes fijos	4	7.69%
Renovación equipo	3	5.77%
Ausencia de proveedores o prestadores de servicios	2	3.85%
Consolidar el grupo de mujeres	1	1.92%
<b>Total</b>	<b>52</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Elaboración propia



En lo referente al uso que se le da a las ganancias obtenidas, los 52 proyectos (el 100 por ciento), reporta usarlos para la compra de materiales y una parte destinarla al gasto familiar.

En lo referente a si cuentan con medios de transporte que ayuden a la venta, la tabla 11 muestra que 42 de los 52 proyectos no cuentan con medio de transporte alguno y sólo 10 casos reportan usar vehículo; de éstos 10, solo dos casos cuentan con vehículo de motor.

Tabla 11  
*Cuenta con vehículo para transportar su producto o servicio*

	Total	Porcentaje
No cuenta con medio de transporte	42	80.77%
Triciclo	8	15.38%
Camioneta	1	1.92%
Motocicleta	1	1.92%
Total	52	100.00%

Fuente: Elaboración propia

## Conclusiones

Concluye este trabajo confirmando que los proyectos productivos realizados por mujeres rurales de la zona Litoral Poniente del estado de Yucatán, son micro proyectos estrechamente ligados a la participación de las personas, las cuales cuentan con escasa calificación o especialización, siendo negocios establecidos dentro del hogar, no contando en la mayoría de los casos, horarios de producción y venta, siendo proyectos limitados en recursos de capital y tecnología, además de estar ubicados y orientados a sectores pobres de la población, se confirma el mercado local como su consumidor esperado; no cuentan con medios de transporte que les permita incursionar en otros mercados geográficamente; el conocimiento de elaboración es el resultado de experiencias adquiridas en el hogar, trabajos anteriores o por asesoría por parte de la Secretaría.

Con respecto al producto o servicio elaborado, este se realiza la mayoría de la veces en el hogar no habiendo horarios de producción y venta, el precio se asigna de dos formas: el costo de los insumos más una ganancia establecida y en base al valor del mercado, en cuanto a la difusión, no hay una participación activa en la mayoría de los proyectos, sino que confían en la opinión del consumidor para dar a conocer a otros lugareños, son pocos los proyectos que utilizan medios publicitarios, algunos con publicidad pintada al frente de su negocio, o el uso de

material impreso como lonas o mantas, y aunque cuenta la mayoría de estos con mobiliario y equipo para apoyo del proceso de venta, este equipo no cumple en la mayoría de los casos con esta función, entre los problemas más fuertes encontrados es la competencia y la forma más utilizada para enfrentarla es la reducción de precios, una parte de los negocios comenta que la mala ubicación del hogar es uno de los problemas para realizar su venta, dado que no se encuentra ubicado en una zona céntrica o de cruce peatonal. Entre las necesidades reportadas se encuentra la falta de capital y la capacitación, todos estos proyectos confirman recibir como beneficio el bienestar económico el cual es invertido en nuevos materiales para la elaboración de nuevos productos y en el gasto familiar. Comentan no existir un presupuesto establecido de costos y ventas, una calendarización de fechas de entrega o de periodos de cobro, y en algunos casos de fabricación de productos, dependen mucho de la cobranza de lo vendido con anterioridad para poder invertir en nuevos materiales y realizar nuevos productos. Pocos fueron los proyectos en los que se maneja una producción en base a proyecciones y/o negociaciones previamente establecidas. Por lo general, no se cuenta con el manejo de documentación legal (facturas, registros u otros), cuando mucho se lleva un registro de cobranza en cuadernos o libretas

## **Recomendaciones**

Aunque los programas de desarrollo social ofrecen recursos para mujeres de zonas marginadas las cuales a través de la venta puedan obtener ingresos económicos con los cuales mejorar sus niveles de vida y las de sus familiares, es notorio como resultado de esta investigación, el alto grado de vulnerabilidad de los mismos, el cual los puede llevar al fracaso del proyecto o a la deserción de los mismos.

Una empresa, por pequeña que sea, necesita para que funcione y logre cierta perpetuidad, el contar con mucho más que la sola aportación de capital o de especie en su creación. Es notorio a través de la opinión de las mismas dueñas, la necesidad de capacitación y seguimiento para que estos proyectos presenten estabilidad y puedan maduración, creándose así, una fuente de empleo y mejora de vida; se presentan a continuación las siguientes recomendaciones:

1. Evitar la creación de giros comerciales ya existentes en las comunidades con el fin de evitar la competencia entre los lugareños.
2. Se recomienda la formación de cadenas productivas de tal manera que los mismos proyectos sean proveedores y clientes entre ellos mismos creándose un beneficio

adicional que permita el trabajo mutuo y en equipo que conlleve beneficios a gran escala.

3. El apoyo técnico a las productoras con tal de una mejora en producto y calidad con el fin de crear diferenciadores con la competencia y así poder ofrecer al mercado consumidor mejores productos.
4. En el aspecto de difusión, se recomienda la utilización de medios económicos o sin costo, como son: 1) darse a conocer en pizarras de presidencias municipales, 2) las juntas de padres de familias en escuelas de sus hijos, 3) hacer uso de los avisos parroquiales de iglesias y templos.
5. Inclusión de las presidencias municipales que puedan apoyar a las productoras para participar en ferias o eventos de las comunidades vecinas con tal de engrandecer su mercado consumidor.
6. Crear vínculos con instituciones educativas para que estudiantes a través de servicio social puedan aportar conocimientos de estudios de proyectos, zootecnia, administración y contabilidad, que permita a las dueñas incrementar sus conocimientos en estas áreas. Así también, el uso de departamentos de incubadoras de negocios los cuales cuentan diversas instituciones de nivel superior en el estado.

## **Bibliografía**

**Cardero; M.** (1997). *Instituciones de micro financiamiento para las mujeres pobres en México. Tres estudios de caso.* México: Loyola Impresores S.A. de C.V.

**Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas [CDI]** (2010). Se localiza en red: <http://www.cdi.gob.mx/popmi/> Recuperado 03-Ene-2010.

**Diario Oficial de la Federación** (2008, Diciembre, 29) Comisión Nacional de los Pueblos Indígenas. Se localiza en la red: <http://dof.gob.mx/index.php?year=2008&month=12&day=29> recuperado 24- Abr-2009.

**Dirven, M.** (2002). Pobreza rural y políticas de desarrollo: avances hacia los objetivos de desarrollo del milenio y retrocesos de la agricultura de pequeña escala. *Serie Desarrollo Productivo* Núm. 183, p.9 Santiago de Chile: CEPAL.

**Ferrera; F. y Walton; M.** (2006). *La desigualdad en América Latina ¿Rompiendo con la historia?* Colombia. Banco Mundial en coedición con Alfaomega Colombiana.

**Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, P.** (1991). *Metodología de la investigación* (3ª. Ed.). México: McGraw Hill Interamericana Editores SA de CV.

**Iniciativa Ciudadana y Desarrollo Social A.C.** [INCIDE Social]. (2010). Se localiza en red:  
[http://incidesocial.org/index.php?option=com\\_content&task=view&id=16&Itemid=27&phpMyAdmin=6625a6981ee0ccc0e37bcc66416af9ae](http://incidesocial.org/index.php?option=com_content&task=view&id=16&Itemid=27&phpMyAdmin=6625a6981ee0ccc0e37bcc66416af9ae) recuperado 10-mayo-2010.

**Instituto Nacional de las Mujeres** (2006). *Proyecto Generosidad*. México.

Lasuén, J. R. (1976). *Ensayos sobre economía regional y urbana*. Barcelona: Ariel.

**Presidencia de la República** (2007). *Vivir Mejor Política Social del Gobierno Federal*. Se localiza en: [http://www.presidencia.gob.mx/vivirmejor/vivirmejor\\_segunda.html](http://www.presidencia.gob.mx/vivirmejor/vivirmejor_segunda.html) recuperado 29-Sep-2009.

**Secretaría de Desarrollo Social** [SEDESOL]. (2010). Se localiza en red:  
<http://www.sedesol.gob.mx/index/index.php?sec=801580> Recuperado 05-Feb-2010

**Secretaria de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación** [SAGARPA](2010b). Se localiza en red:  
<http://www.sagarpa.gob.mx/programas/Paginas/Art%C3%ADculo%2013.-%20ProgramaparalaAdquisici%C3%B3ndeActivosProductivos.aspx> Recuperado 10-Ene-2010.

**Secretaria de Fomento Agropecuario y Pesquero** [SFAYP]. (2009). *Dirección de Apoyo a la Mujer Campesina*. Se localiza en red en:  
<http://www.sfayp.yucatan.gob.mx/SFAPMujerCamp.jsp> recuperado 12-Dic-2009.

**Vázquez, A.** (2005). *Las nuevas fuerzas del desarrollo*. España: Antonio Bosch.