



Género, trabajo y organización.
Mujeres cafetaleras
de la Unión de Productores
Orgánicos San Isidro Siltepec,
Chiapas

*Naima Jazibi Cárcamo Toalá***

*Verónica Vázquez García**

*Emma Zapata Martelo**

*Austreberta Nazar Beutelspacher **

Fecha de recepción: agosto 2009.

Fecha de aceptación: mayo 2010.

*Colegio de Posgraduados

Dirección para correspondencia: carcamo12@yahoo.com.mx

Resumen / Abstract

El objetivo del artículo es analizar la participación de las mujeres en la Unión de Productores Orgánicos San Isidro Siltepec (UPOSIS), una organización cafetalera conformada por 105 socios (56 mujeres y 49 hombres). La unidad de análisis son todas las socias y esposas de socios que conforman la UPOSIS. El argumento central es que la participación plena en la organización por parte de las socias representa beneficios reales mientras que las esposas de socios participan de lleno en el proceso de producción de café pero son excluidas de los beneficios derivados de comercialización y de otras oportunidades de desarrollo personal. La distinción entre socias y esposas de socios es importante porque tradicionalmente se ha considerado que la participación del hombre en una organización traerá beneficios para toda la familia. Considerando lo anterior, se demuestra que si las mujeres no tienen acceso a la estructura de

This article analyzes women's participation in the Unión de Productores Orgánicos San Isidro Siltepec (UPOSIS), an organization of coffee producers made up by 105 partners (56 women and 49 men). The unit of analysis are all female partners and wives of male partners belonging to UPOSIS. The central argument is that female partners' full participation in the organization offers them real benefits. By contrast, the wives of male partners actively participate in coffee production but are excluded from the benefits derived from its commercialization and other opportunities of personal growth. The distinction between female partners and wives of male partners is important because it is generally assumed that men's participation in peasant organizations brings benefits for all the family. If women do not have access to the power structure and the economic benefits of an organization we can hardly speak of rural development



poder y beneficios económicos de una organización difícilmente puede haber cambios substanciales en las desiguales relaciones de género.

Palabras clave: género, organización, café, Chiapas.

Key words: gender, organization, coffee, Chiapas

1. Introducción

Desde los años setenta existen políticas públicas que buscan el desarrollo de las mujeres. El primer acercamiento favoreció el modelo de Mujeres en el Desarrollo (MED), con sus tres dimensiones: antipobreza, bienestar y eficiencia, que consideraron a las mujeres como madres y esposas pero dejaron fuera la dimensión de productoras-trabajadoras y gestoras comunitarias. Tampoco consideraron las relaciones desiguales entre los géneros y la subordinación de las mujeres. El otro enfoque surge en años posteriores (década de los ochenta) y se denomina Género en el Desarrollo (GED). Éste redefine el desarrollo como una actividad asociada a la igualdad de oportunidades de todos los seres humanos, no sólo para acceder a los recursos, sino también para desarrollar sus potencialidades, tomar decisiones y ejercer sus derechos. Sus dos dimensiones -equidad y empoderamiento- han tenido poca acogida, especialmente con el impulso hacia demandas de productividad y eficiencia implícitas en el modelo neoliberal. Con el GED se pretende crear condiciones y oportunidades para las mujeres con el fin de disminuir las brechas de desigualdad entre los géneros. Una de las posibilidades para el empoderamiento de las mujeres desde GED es la integración en organizaciones, donde las mujeres puedan crecer, valorarse, acceder al proceso de toma de decisiones y convertirse en autogestivas (Moser, 1991; Buvinic, 1993; Kabeer, 1998).

Las mujeres de Chiapas han realizado esfuerzos significativos por constituirse en diferentes tipos de asociaciones que les permitan mejorar sus niveles de bienestar y defender sus derechos económicos, sociales y políticos. Las organizaciones más antiguas, cuyos orígenes se remontan a los años setenta, han estado vinculadas al trabajo pastoral de la iglesia católica; las más



recientes, surgidas en los años ochenta, a la lucha agraria y mejoras en su economía familiar y comunitaria. Estas organizaciones impulsan actividades de generación de ingresos, adquisición de nuevas habilidades y crecimiento personal (Rojas, 1996).

Las mujeres enfrentan diversos obstáculos, algunos se derivan de su posición de género al interior de la familia, ya que son responsables del trabajo doméstico y poseen escasa libertad de movimiento. Diversos estudios han analizado las estrategias de las mujeres para participar en la organización sin descuidar sus responsabilidades domésticas, así como los procesos de negociación para obtener el "permiso" de su pareja para asistir a reuniones y otras actividades (Zapata et al., 2003). Las mujeres sufren desvalorización de su trabajo al interior de la organización (el cual tiende a constituirse en actividades típicamente femeninas y poco valoradas, como preparar alimentos y limpiar el local después de las reuniones); devaluación social de las mujeres sin pareja; estructura piramidal masculina en la toma de decisiones; permanencia de la estructura tradicional de poder comunitario, en detrimento de la participación equitativa de las mujeres en la organización; carencia de recursos productivos propios; dependencia económica de la pareja; analfabetismo y bajos niveles de escolaridad; insuficiente capacitación; y desigualdad en la competencia (Centeno, 1996; Magallón, 1988; Campaña, 1992, 2003; Sierra, 1987; PROMUSAG, 2002; Robles, Aranda y Botey, 1993; Zapata et al., 1994; Alberti, 2001). Las mujeres se insertan en complejos procesos de aprendizaje relacionados con la resolución de conflictos y gestión de recursos ante empresas, instituciones, autoridades y los mismos(as) compañeros(as) de la organización (González, 2002).

Las mujeres suelen vivir su participación de manera contradictoria. Por una parte, ven como positivo el potencial de desarrollo personal y grupal derivado de su pertenencia a una organización; por otra, las presiones, el esfuerzo demandado de cada una, los conflictos familiares, el hostigamiento e incluso la violencia que se desata contra ellas como reacción a su participación les causa conflicto y sentimientos encontrados (Zapata y Mercado, 1996; Lara, 1996).

El objetivo del presente artículo es analizar la experiencia de participación de las mujeres en la Unión de Productores Orgánicos San Isidro Siltepec (UPOSIS); organización cafetalera de Chiapas conformada por 105 socios (56 mujeres y 49 hombres). Nuestra unidad de análisis es la totalidad de socias y esposas de socios que conforman la UPOSIS. Las primeras son dueñas de un cafetal, tienen voz y voto en asambleas y participan en los distintos los proyectos de la UPOSIS, mientras que las segundas no son dueñas de un cafetal sino que trabajan en el de su esposo; pueden asistir a asambleas y actividades de capacitación; pero no tienen derecho a voto. Comparamos la cantidad de trabajo invertido en el cafetal por parte de las socias con el de las esposas de socios; su participación en el proceso de venta; los beneficios que tanto socias como esposas de socios derivan de la organización; y la



opinión de ambos grupos de mujeres sobre la equidad de género en la UPOSIS.

El argumento central del artículo es que la participación plena en la organización por parte de las socias representa beneficios reales para ellas. Las esposas de socios, en cambio, participan de lleno en el proceso de producción de café, pero son excluidas de los beneficios derivados de la comercialización y de otras oportunidades de desarrollo personal. La distinción entre socias y esposas de socios es importante porque tradicionalmente se ha considerado que al participar el jefe de familia (generalmente un hombre) se beneficiarán todos sus integrantes. Sin embargo, diversos estudios han demostrado que no es así. Si las mujeres no tienen acceso a la estructura de poder y a los beneficios económicos de la organización difícilmente se puede hablar de equidad de género en su interior (Huizer, 1981; Áyales et al., 1991, Magallón, 1988).

2. Zona de estudio

Chiapas produce 35% del café del país, del cual 80% está destinado al mercado internacional (SAGARPA-SIAP, 2005; Gobierno del Estado de Chiapas, 2005). Dentro del rubro de café orgánico, Chiapas ocupa el primer lugar nacional en superficie, producción y exportación. Su producción responde a la creciente demanda mundial de alimentos libres de productos químicos. A diferencia de la tradicional, la cafecultura orgánica no utiliza fertilizantes, herbicidas ni pesticidas, lo cual permite que los suelos mejoren paulatinamente (COMCAFE, 2004).

El café orgánico se inserta en la dinámica del comercio justo, que se caracteriza por la solidaridad hacia grupos organizados que producen con métodos ecológicamente apropiados y socialmente equitativos. Los principios que rigen el comercio justo son: pagar salarios apropiados; garantizar un ambiente de trabajo saludable y seguro; reducir el intermediarismo, para que haya mayores ganancias para los productores, sin poner en los consumidores costos excesivos; promover métodos de producción amigables para el medio ambiente; buscar la transparencia en el manejo de las finanzas; y promover el desarrollo comunitario, donde entra de manera prioritaria la ampliación de oportunidades para las mujeres (IFOAM, 2005; Pérez, 2002; Aguirre, 2004; Nauman, 2002).

La UPOSIS opera en el municipio de Siltepec, que tiene 32,457 habitantes. Su población es mayoritariamente rural (91.1%) y la Población Económicamente Activa (PEA), 85.07%, se ocupa en el sector primario, particularmente en el cultivo de productos cíclicos como maíz, frijol y papa (9,841.74 ha, de las cuales el maíz ocupa 84.1 % de la superficie sembrada); y cultivos perennes como café, manzana y durazno (8,541.50 ha, de las cuales el café corresponde a 96.9 % de la superficie sembrada). La principal actividad económica del municipio es el café, ya que se producen 30,320.40 toneladas



anuales con un valor de 69, 403,910.00 pesos, lo que corresponde a 71.4% del valor total de la producción agrícola en el municipio. Esta actividad ocupa 81% de la PEA. El tipo de tenencia de la tierra predominante es el ejidal (H. Ayuntamiento de Siltepec 2005 – 2007).

3. La UPOSIS: antecedentes y características actuales

Desde principios de los noventa la iglesia católica trabajó en actividades relacionadas con la salud comunitaria, haciendo diagnósticos nutricionales y promocionando la medicina tradicional y la siembra de hortalizas. En 1998, la UPOSIS se constituyó legalmente y a partir del año 2000 inició formalmente la comercialización de café. Obtuvo la certificación de café orgánico en 2003. Los requisitos para ser parte de la organización son, además de documentos para identificarse personalmente (acta de nacimiento, credencial del IFE, etcétera), la clave de productor y tener un “pedacito de cafecito”, es decir, un cafetal.

Los 105 socios de la UPOSIS cultivan 156.24 ha de café, con un promedio de una hectárea por socio o socia. Se encuentran distribuidos en quince comunidades del municipio¹ y en la cabecera municipal. La organización tiene como principal objetivo la producción, comercialización y exportación de café. Otras actividades incluyen la producción y comercialización de miel y chayote orgánico; la construcción de estufas, casas y baños ecológicos; promoción de la medicina tradicional para el aprovechamiento de plantas nativas de la región y preservación de los conocimientos en esta área; y creación de un corredor biológico con la finalidad de proteger y aprovechar los recursos naturales.

Dada la importancia del café para la economía del municipio, en éste operan diez organizaciones cafetaleras, tres certificadas y siete convencionales. Entre las tres certificadas, la UPOSIS cuenta con mayor tiempo de estar constituida legalmente (diez años) y tiene el mayor número de socios/as. Ha logrado consolidar el proyecto de producción y comercialización de café orgánico y diversificarse hacia las otras actividades. Es una organización mixta y el porcentaje de socias y socios es similar (53.3% y 46.6% respectivamente) lo cual resulta óptimo para los fines comparativos de nuestro estudio.

4. Metodología

Se utilizaron métodos cuantitativos y cualitativos para obtener información; se logra así la identificación de tendencias numéricas y la comprensión de los significados que las mujeres atribuyen a su participación en la organización (Taylor y Bodgan, 1990; Sandoval, 1996). Las técnicas de campo fueron tres.

¹ Santa Rosa, Las Moras, Ángel Díaz, Llano Grande, Villa Morelos, Escobillal, Nueva Argentina, Matasanos, Honduras, Guadalupe Victoria, Unión San Lucas, Vega del Rosario, Tulipanes, Linda Vista y Villa Nueva.



Primero se aplicó una encuesta a todas las socias y esposas de socios (105 cuestionarios en total). Se obtuvo información sobre características de sus familias (número de integrantes, edad, nivel escolar, ocupación); su participación en el proceso del cultivo de café y en las actividades de la UPOSIS; y su percepción sobre la forma de operar y los beneficios que ésta les ofrece.

Una vez procesados los datos de la encuesta, se trabajó con dos grupos focales de quince mujeres y dos de quince hombres (cuatro grupos en total). La discusión estuvo dirigida hacia las siguientes temáticas: las características e historia de la organización (objetivo, misión, visión, requisitos para ser miembro, etcétera); el papel de las mujeres en ella; y la dinámica familiar en torno al proceso productivo del café (roles, división sexual del trabajo, toma de decisiones con respecto a la comercialización). También se hicieron dos entrevistas a informantes clave (presidente y tesorera de la UPOSIS) sobre estos mismos temas. Los grupos focales y las entrevistas fueron grabados y transcritos para su análisis. En la exposición de los resultados se intercalan porcentajes y testimonios, con la intención de dimensionar tendencias y conocer cómo son percibidas por sus propios actores. Los nombres que aparecen aquí son los reales ya que las y los participantes dieron su consentimiento para ser citados.

5. Mujeres y hombres en la estructura organizativa de la UPOSIS

La UPOSIS cuenta con una mesa directiva (compuesta por presidente, secretario y tesorero) y varios comités (de vigilancia, ejecutivo, enlace). La organización cuenta con un centro de acopio, lo que les permite tener mayor certidumbre y no vender el producto a los intermediarios o "coyotes". En las quince comunidades donde opera, existen delegados, secretarios y tesoreros comunitarios. Únicamente los socios o socias pueden aspirar a esos cargos. En los diez años de existencia de la UPOSIS, cuatro socias han ocupado alguno (una tesorera, una participante en un comité de vigilancia y dos secretarías comunitarias). Se trata de puestos tradicionalmente femeninos, asociados a las mujeres debido a su fama de "buenas administradoras" (Bonfil, 2002). Este es el caso de doña Andrea López Pérez, elegida por votación como tesorera de la mesa directiva debido a su "buen comportamiento", ya que con las mujeres "no se pierde el dinero":

Doña Andrea siempre ha tenido buen comportamiento y trabaja duro aquí en la organización desde que se fundó, nunca ha fallado... Además, ella siempre, hasta ahora, ha entregado cuentas claras... porque con las mujeres no se pierde el dinero (Cristóbal, 52 años, socio).

Una limitante importante para ocupar un cargo es el nivel de escolaridad. Son pocas las socias que consideran tener la formación necesaria para los puestos de mayor jerarquía. Según Campaña (1992), la educación es



percibida como un aspecto secundario en la vida de las mujeres, ya que se encuentra subordinada a su rol doméstico. Doña Margarita coincide:

Si una mujer ocupara un cargo... nos sentiríamos diferentes porque es distinto entre mujeres... pero como nosotras no sabemos leer ni escribir no nos eligen, aunque uno quisiera... Pa' llenar un papel pues, pa' llenar un acta hay que saber bien, para firma o algo así no hay problema pero pa' llenar un papel es difícil ... Además de que no hay tiempo de aprender porque está uno metida en la casa y ya no le ponemos importancia a las letras (Margarita, 49 años, socia).

La UPOSIS está organizada en torno a diversas actividades, entre las cuales resalta la asistencia a reuniones el tercer viernes de cada mes. También se hace limpieza de bodegas, calles y actividades de reforestación. Las socias, al tiempo que trabajan en la limpieza de calles y reforestación, tienen voz y voto en las reuniones, a diferencia de las esposas de socios que también participan en faenas pero no pueden votar. Sin embargo, la participación de las socias, a pesar de ser relativa mayoría en la organización (53%), es menor a la de los hombres en las reuniones:

Aunque como siempre, hay más hombres que mujeres en las reuniones y asambleas... Ellos siempre respetan lo que se decida en la votación... Si como va la votación, hombre y mujer parejo, ahí vamos todos parejos... y si respetan las votaciones... Lo que diga la mayoría (Angélica, 49 años, socia).

Las decisiones relacionadas con la comercialización del café son sometidas a votación, donde socias y socios pueden votar. Aunque se respeta el resultado de las votaciones, las mujeres socias no acuden en su totalidad a las reuniones. Además, los cargos de mayor jerarquía están ocupados por hombres, mientras que los que han sido asignados a las mujeres reproducen papeles tradicionales de género.

En síntesis, la división sexual del trabajo afecta a casi todas las esferas sociales como en este caso la organización de café, de forma tal que vincula a los hombres con las tareas de producción y a la mujer con las tareas de reproducción. Lo anterior se refleja en que las socias no tienen el mismo nivel de participación que los socios. En pocas palabras, los espacios masculinos tienen mayor jerarquía y en ellos se abordan "los grandes temas", Paloma Bonfil dixit. La participación en la UPOSIS, como en otras organizaciones mixtas del campo mexicano, se halla sujeta a procesos de segregación de género (Bonfil y Del Pont, 1999). Aún así, hay que reconocer importantes avances para las mujeres de la organización. Las socias tienen poder de decisión sobre el proceso de comercialización del café y consideran positivo haber eliminado el intermediarismo. En la siguiente sección comparamos a las socias con las esposas de socios en lo que se refiere a su participación en las distintas etapas del proceso productivo del cafetal.



6. Género, trabajo y comercialización de café

Las características de las socias y esposas de socios son muy similares en lo que se refiere a su edad, número de hijos, escolaridad y situación conyugal (cuadro 1).

En la región predomina la idea de que el cafetal es un trabajo de hombres. Citamos a uno de ellos:

Los hombres trabajan más en el cafetal porque ya está predestinado de Dios que el hombre es el de todo, por eso es campesino y tiene que estar ahí.... porque el hombre tiene una pasión.... Además, la esposa no conoce mucho del trabajo del cafetal y siempre le tiene uno que enseñar y estar pendiente que lo haga bien... Hay cositas que no le llegan las mujeres, es mejor que ella se dedique a la cocina (Lorenzo, 52 años, socio).

Sin embargo, las evidencias de campo indican que la gran mayoría de las mujeres (100 de 105), ya sean socias o esposas de socios, trabajan en el cafetal un promedio de tres meses anuales, tres días a la semana, en comparación con tres meses al año y seis días a la semana por parte de los hombres. El proceso del cultivo de café tiene varias fases: vivero, trasplante, labores culturales, cosecha, beneficiado y venta. Las mujeres realizan actividades en las fases de vivero, cosecha y beneficiado ya que se piensa que tienen habilidades manuales y destrezas físicas como rapidez y exactitud para la selección y clasificación de granos de mejor calidad (Aranda, 1996; Benerría y Roldán, 1992). Citamos:

Nosotras de mujer tenemos que lavar café cuando se tiene que cortar, lo tengo que despulpar, lavar y tender al patio y secar el café. Los hombres tienen que levantar, estibar.... bueno todo es trabajo de hombre y mujer... Porque nosotras lavamos, secamos y cortamos.... busco la gente para deshijar y podar... Las mujeres también hacemos almácigo y sembramos junto con el esposo (Andrea, 54 años, socia).

Además, aunque las mujeres no participan directamente en el trasplante y las labores culturales, son ellas las que se encargan de preparar alimentos para los que trabajan en el campo:

Cuadro 1. Características generales de las socias y esposas de socios

Características	Socias	Esposas de socios
Promedio de edad	37	37
Promedio de número de hijos	7	7
Escolaridad	25 primaria incompleta 19 sin estudios	23 primaria incompleta 17 sin estudios
Tienen pareja	88%	100 %

Fuente: elaboración propia con base en la encuesta, marzo-abril, 2007.

Uno de mujeres se levanta temprano, depende cuánto meta uno de gente para trabajar, depende cuánto de café, hay que mantener a la gente, porque no se puede uno levantar tarde porque la gente entra a trabajar (Vitalina, 40 años, socia).

El trabajo en el cafetal es una labor familiar independientemente del estatus de socia o no socia que las mujeres puedan tener. El cuadro 2 muestra que la participación de ambos grupos de mujeres en el proceso productivo es prácticamente igual, con la muy notable diferencia que las socias sí venden su café, mientras que las no socias no participan en el proceso de comercialización. Otros estudios han señalado que cuando las mujeres no son propietarias del cafetal, los hombres se encargan de la comercialización del producto y deciden sobre la distribución de los recursos obtenidos por la venta del café (Vázquez, 2002).

Los testimonios de hombres y mujeres confirman la importancia que se deriva de ser propietarias del cafetal y por lo tanto socias de la UPOSIS. Citamos algunos de ellos:

Casi siempre el esposo es el que decide qué se va comprar, qué necesita el cafecito.... También ellos contratan a los trabajadores, aunque a veces dejan dicho cuánto se le va a pagar y si llegan a buscar trabajo y conviene lo contrato porque ya estoy entendida con él... Pa' la venta del café mi marido hace el trato o yo pregunto con el delegado si se va meter café en la bodega y si no vemos donde paguen otro poquito y ya le digo que en tal lugar no está bien, que mejor en otro lugar venda y ya lo decidimos... Pero a veces no siempre hacen caso (Odilia, 39 años, esposa de socio).

Las mujeres difícilmente compran, sólo que uno no esté o que esté uno enfermo le da el dinero y le ordenamos que van a traer, le damos la marca y todo porque a veces hay unos machetes muy pesados y eso lo sabe el hombre porque es el que lo utiliza (Oscar, 42 años, socio).

La verdad es que a mí me llegan a comprar mi café en mi casa y ahí lo vendemos.... Yo he hecho trato con los compradores y me sentí bien, pues como hay cuentas que pagar, se siente uno bien porque hay de donde, se siente uno bien porque está uno pagando la cuenta. Siempre he estado acostumbrada a vender, porque estuve con mi papá y vendíamos, bueno hay algunas que no están acostumbradas, temen que los regañen o les roben o que lo engañen, pero ya cuando uno está hallada o acostumbrada a eso no pasa nada, namás se siente uno bien (Ofelia, 37 años, socia).

Cuadro 2. Participación de socias y esposas de socios en el proceso productivo del café

Etapa	Socias	Esposas de los socios
Vivero	80 %	77 %
Cosecha	90 %	86 %
Beneficiado	92 %	90 %
Venta	100 %	-

Fuente: elaboración propia basada en la encuesta, marzo-abril. 2007.



A veces yo he metido café en la bodega de Siltepec y lo he manejado yo sola, ir a dejar el café y cobrar y antes no lo podía hacer porque no estaba la organización y sólo mi esposo, y ahora se maneja cada quien con su producto. El ir hacer trato de la venta de café la primera vez da temor siempre porque no acostumbra uno, ya la segunda y tercer vez ya hay ánimo. Y eso me hace sentir como tener armonía, manejar los recursos, el dinero (Catalina, 51 años, socia).

En síntesis, las mujeres (socias y esposas de socios) participan en toda la fase del proceso productivo del café, ya sea directa o indirectamente. El factor determinante para que exista un beneficio real es que las mujeres cuenten con el título de propiedad del cafetal, ya que éste les da mayor estatus al interior de la familia y organización. Las socias son tomadas en cuenta en el momento de tomar decisiones sobre dónde y con quién venderán el café y participan directamente en su comercialización. Esto permite que las mujeres realicen actividades asignadas únicamente al género masculino, por ejemplo negociar la venta de café, generando cambios personales como una mayor confianza en sí mismas.

7. Ingresos, oportunidades de capacitación, autoestima y redes sociales

Como pequeñas productoras de café orgánico, las mujeres reciben un mayor precio debido a que son miembros de una organización certificada (Renard, 1999). Sin embargo, los beneficios no se limitan únicamente al aspecto monetario, ya que participar en una organización como la UPOSIS contribuye a visibilizar los problemas de las mujeres (Fernández, 1998). Un proyecto que se piensa exitoso implica la adquisición de nuevos conocimientos y habilidades en aspectos técnicos, administrativos y de carácter organizacional, además del incremento en la autoestima y la ampliación de redes sociales de las mujeres (Áyales et al., 1991; Zapata et al., 2003; Hidalgo, 2005). La presente sección discute estos beneficios de acuerdo a la siguiente clasificación: económicos, adquisición de nuevos conocimientos, y aumento en la autoestima y las redes sociales (cuadro 3).

En lo que concierne al área económica, existe una marcada diferencia entre socias y esposas de socios. La mitad de las primeras (48%) tiene una mejor situación de vida y cerca de un tercio (29%) puede solventar problemas económicos, comparadas con sólo 8% y 4% de las esposas de socios, respectivamente. Como ya se dijo arriba, esta diferencia radica en que las socias comercializan personalmente el producto de su cafetal, por lo que obtienen beneficios directos de su trabajo. Hay que reconocer, sin embargo, que el impacto de la organización en el aspecto económico no es tan alto como debiera puesto que ninguno de estos porcentajes supera el 50%. En realidad, tendrían que ser más las mujeres (socias y no socias) con posibilidades de solventar problemas económicos o transitar a una mejor condición de vida. Queda pendiente seguir impulsando y analizando iniciativas de de-

Cuadro 3. Beneficios derivados de la participación en la UPOSIS

Indicadores	Socias %			No socias %		
	Si	No	No sabe	Si	No	No sabe
Beneficios económicos						
Tiene una mejor situación de vida	48	52	-	8	90	2
Puede solventar problemas económicos	29	68	3	4	96	-
Adquisición de nuevos conocimientos						
Ha aprendido cosas nuevas	77	23	-	33	67	-
Se ha dado cuenta de lo que necesita usted y sus compañeras	86	2	12	55	43	2
Las capacitaciones le han permitido comprender los problemas de su comunidad, región o estado	45	46	9	18	82	-
Autoestima y redes sociales						
Tiene más amistades	100	-	-	8	20	-
Ha encontrado apoyo en algunas personas de la organización	100	-	-	71	27	2
Se siente menos sola, más productiva	39	59	2	16	82	2

Fuente: elaboración propia basada en las encuestas realizadas a las socias y esposas de los socios de la organización UPOSIS, marzo-abril. 2007.

sarrollo local que conduzcan a la autosuficiencia alimentaria y generación de ingresos en condiciones de sustentabilidad ambiental, equidad social y de género.

En el aspecto de adquisición de nuevos conocimientos y habilidades, los porcentajes también favorecen a las socias en los tres rubros. Han aprendido cosas nuevas (77%), y adquirido herramientas para identificar sus necesidades (86%) y entender los problemas de la comunidad, región o estado (45%). Los porcentajes de las esposas de socios no son tan bajos (33%, 55% y 18%, respectivamente) como en el área económica, lo cual sin duda se debe a que las esposas de socios pueden asistir a las capacitaciones. Éstas son de tipo técnico y no de desarrollo personal, por lo que los aprendizajes aquí reseñados deben ser valorados en toda su dimensión y considerarse como un punto de partida para potenciar explícitamente el desarrollo personal de las mujeres (socias y no socias) así como la transformación de las relaciones de género al interior de sus familias y organización.

Finalmente, en el tema de la autoestima y las redes sociales, las opiniones de las socias son muy favorables, particularmente en las dos primeras preguntas ("tiene más amistades" y "ha encontrado apoyo") donde la totalidad de las socias (100%) dio una respuesta favorable. La pregunta relacionada con la autoestima ("se siente menos sola, más productiva") tiene valores más bajos (39%). Las esposas de socias también tienen más amistades (80%) y han encontrado apoyo (71%); una minoría (16%) se siente



menos sola y más productiva. Sus porcentajes son menores a los de las socias en los tres puntos.

En síntesis, las socias derivan más beneficios que las esposas de socios en cuatro áreas: económica; de capacitación; autoestima y redes sociales. Hay que enfatizar la importancia de que las capacitaciones sigan siendo abiertas para las esposas de socios, puesto que es el rubro donde sus valores son más altos. Habría que diseñar algunas estrategias para hacerlas todavía más incluyentes. También es interesante que el aspecto "intangible" de los proyectos de desarrollo, la ampliación de redes sociales, haya resultado tan importante para ambos grupos de mujeres. En general, la participación en la organización está permitiendo que las mujeres tengan conciencia de pertenencia, porque les permite salir de casa y efectuar otras actividades que anteriormente no realizaban; y que consideren a la organización como el espacio que les da la posibilidad de crecer y expresarse. Queda mucho por investigar sobre este tema, en particular sobre la relación entre cómo opera una organización y las redes sociales que establecen las mujeres. El tema de la autoestima, brevemente tratado aquí, también requiere de mayor centralidad en futuras investigaciones.

8. Toma de decisiones, reconocimiento del trabajo femenino y estereotipos de género

El cuadro 4 presenta algunos indicadores diseñados para evaluar la equidad de género en la UPOSIS en lo que se refiere a tres aspectos: participación de las mujeres en la toma de decisiones; reconocimiento de su trabajo; y estereotipos de género en cuanto a trabajo y capacitación. De ninguna manera se trata de los únicos indicadores existentes ni de los más importantes, ya que los esfuerzos para medir los avances en equidad de género son ya numerosos y sofisticados (Escalante y Peinador, 1999; CEPAL, 1999; INEGI, 2002). Los presentados aquí sirven simplemente para presentar un panorama preliminar que parte de las opiniones de las mujeres sobre el tema.

Puede verse que ser socia marca la diferencia en lo que se refiere a la participación en la toma de decisiones. Dos tercios (71%) de socias dijeron que su opinión siempre es tomada en cuenta versus sólo un tercio (31%) de las esposas de socios. No era para menos, pues como ya se dijo arriba, las socias tienen voz y voto mientras que las esposas de socios sólo pueden opinar pero no votar. Sin embargo, el porcentaje de socias que dijo siempre tener autonomía no es tan alto como debiera (61%). Este es un tema sobre el cual la UPOSIS debe trabajar.

La gran mayoría de las socias (91%) nunca se ha sentido discriminada en la UPOSIS, comparado con un porcentaje bastante menor de esposas de socios (61%) que dio la misma respuesta. Doce por ciento de las esposas de socios siempre se han sentido discriminadas, en comparación con ninguna socia. Estas respuestas pueden ser atribuidas al hecho de que las socias cuentan con todos los derechos en la UPOSIS mientras que las esposas, a

Cuadro 4. Opiniones de las mujeres sobre la equidad de género en la UPO-SIS

Indicadores	Socias %			Esposas de socios %		
	Siempre	Nunca	Otras resp.	Siempre	Nunca	Otras resp.
Toma de decisiones						
En la organización toman en cuenta su opinión	71	-	29	31	29	40
Las mujeres tienen autonomía para tomar decisiones al interior de la organización	61	-	39	16	35	49
Respeto hacia las mujeres y reconocimiento de su trabajo						
Usted o sus compañeras se ha sentido discriminada en la organización	-	91	9	12	61	27
Se siente reconocida y estimulada dentro de la organización	2	78	20	-	78	22
Esteretipos de género con respecto al trabajo y la capacitación						
Usted o sus compañeras consideran que existen cosas que no pueden hacer por ser mujeres	14	2	74	23	2	75
Las capacitaciones son iguales entre ♂ y ♀	81	11	8	24	61	27

Fuente: elaboración propia basada en la encuesta, marzo-abril 2007. "Otras respuestas" incluye las siguientes categorías: "usualmente", "a veces" y "rara vez".

pesar de que trabajan en el cafetal, no tienen los mismos derechos que sus compañeras.

El tema del reconocimiento y estímulo a las mujeres arrojó datos muy interesantes. Sólo dos socias dijeron sentirse siempre reconocidas y estimuladas por la organización. El porcentaje de esposas de socias que se han sentido así es nulo. En "otras respuestas" se ubica aproximadamente una quinta parte de ambos grupos de mujeres (20% de las socias, 22% de las esposas de socios). Esto quiere decir sólo una quinta parte de las mujeres de toda la muestra ha sido reconocida en algún momento por sus aportes.

Finalmente, las socias expresan opiniones más favorables que las esposas de socios con respecto a lo que pueden hacer mujeres y hombres y la equidad de género en la capacitación. Una pequeña minoría (14%) de socias piensa que hay cosas que las mujeres no pueden hacer, comparadas con casi un cuarto (23%) de las esposas de socios. La gran mayoría de las socias (81%) piensa que hay equidad de género en la capacitación, en comparación con sólo un cuarto (24%) de las esposas de socios. Probablemente se han sentido excluidas de estos procesos o sus opiniones no han sido tomadas en cuenta en su justa medida.

En síntesis, las socias tienen opiniones más positivas sobre la participación de las mujeres en la toma de decisiones que las no socias, lo cual no es ninguna sorpresa. Pero el dato es importante porque nos indica que la UPO-SIS va en el camino correcto en cuanto a la inclusión de las mujeres en la organización, a pesar de las dificultades que tienen para acceder a puestos de



poder en relación a los hombres como se señaló más arriba. Un porcentaje menor de socias dijo tener autonomía en dicha toma de decisiones, lo cual enciende una luz roja que es necesario atender. La autonomía de las mujeres al interior de las organizaciones está relacionada con su capacidad de interlocución, su constitución como sujetas de su propio desarrollo, en pocas palabras, con la construcción de ciudadanía femenina, por lo que debe ser atendido en beneficio de las mujeres que participan en la UPOSIS. También hay que redoblar esfuerzos para reconocer los aportes de las mujeres a la UPOSIS e incorporar a más esposas de socios a las actividades de capacitación.

9. Conclusiones

Las organizaciones campesinas abren a las mujeres oportunidades para mejorar sus condiciones de vida, incrementar sus ingresos y desarrollar nuevas habilidades, es decir insertarse en procesos descritos desde el enfoque de GED. Sin embargo, su participación les significa diversos obstáculos, por ejemplo, falta de representatividad en estructuras de poder y toma de decisiones, falta de reconocimiento a sus aportes y conflictos con sus roles domésticos. El objetivo de este trabajo fue analizar la experiencia de las mujeres que participan en la UPOSIS, la organización más antigua y versátil de café orgánico del municipio de Siltepec, Chiapas, donde el café representa dos tercios del valor total de la producción agrícola del municipio. En esta sección resaltamos nuestros principales resultados, sus implicaciones y posibles temas para futuras investigaciones.

A partir de una combinación de métodos cuantitativos y cualitativos, describimos el perfil de las mujeres, demostrando que tienen características parecidas en lo que se refiere a edad, número de hijos, escolaridad y estado civil. Sus aportes de trabajo en el cafetal, principal actividad de la UPOSIS, es prácticamente igual, con la muy importante diferencia que las socias son dueñas de éste mientras que las esposas de socios no lo son.

Las socias de la UPOSIS pueden participar en todas las actividades de la organización y tienen voz, voto y pueden ser votadas en asambleas, mientras que las esposas de los socios pueden asistir a asambleas, pero no pueden votar. Participan en los proyectos de la organización indirectamente, colaborando con sus parejas y asisten a algunas actividades de capacitación. Asimismo, las socias participan en la comercialización del café y las esposas no lo hacen. Esta es una diferencia muy importante que, según los testimonios recabados, impacta de manera positiva en las socias en el sentido de que "se sienten bien" al poder "manejar recursos." Los hombres tienen plena participación sin ninguna limitante a diferencia de los dos grupos de mujeres. Queda pendiente analizar cómo usan mujeres y hombres los recursos producto de la venta de café, tema que puede ser retomado en futuras investigaciones.



El eje central de nuestra discusión fue la comparación de las socias con las esposas de socios. Al respecto haremos tres conclusiones generales. La primera es que la tenencia del cafetal y por lo tanto la pertenencia plena a la UPOSIS es vital para que las socias y esposas de los socios puedan tener los mismos beneficios y participación que los hombres al interior de la organización. Nuestra discusión demuestra, en sintonía con otras investigaciones, la importancia de que las mujeres sean dueñas de recursos productivos para disminuir su vulnerabilidad y contribuir a su empoderamiento (Robles et al., 1993; Agarwal, 1994; 1997).

Segundo, es importante resaltar algunos puntos en los que ambos grupos de mujeres coinciden (en términos generales): el primero es que las mujeres han ampliado sus redes sociales a partir de su participación de la UPOSIS. Este es un elemento que hay que potenciar porque constituye uno de los beneficios "intangibles" del desarrollo que en ocasiones hace que las mujeres permanezcan en una organización y se originen nuevos procesos positivos para ellas. Sin embargo, no existen evidencias de un cambio en la división sexual del trabajo, lo que sumado a la menor escolaridad que registran las mujeres en comparación con los hombres, limitan de manera importante su potencial de participación en la organización. Además, la mayoría de las mujeres (socias y no socias) no se sienten reconocidas ni estimuladas por sus aportes. Esta situación es similar a la de otras mujeres del campo mexicano (Martínez, 2001). Es necesario diseñar estrategias para no reproducir la falta de reconocimiento al trabajo y los méritos de las mujeres, ya que el reconocimiento a su trabajo dentro del grupo doméstico como en la organización son de gran valor en el proceso de empoderamiento de las mujeres que pertenecen a la UPOSIS. Asimismo, deben diseñarse estrategias para disminuir las desventajas de las mujeres derivadas de la división sexual del trabajo y su menor o nula escolaridad.

Tercero, la condición de la UPOSIS de pertenecer al mercado justo no es garantía para que las mujeres que participan en ella tengan un desarrollo óptimo y beneficios concretos. Si bien, en contraste con las mujeres no socias, fueron documentados mayores beneficios derivados de la capacitación, toma de decisiones, autoestima y fortalecimiento de redes, aún persiste desigualdad respecto a los varones en cuanto a los puestos de mayor jerarquía en la organización, a la vez que menos de la mitad perciben beneficios económicos derivados de su participación. Ni las socias ni las no socias han logrado solventar problemas económicos ni tener una mejor situación de vida, que es uno de los objetivos centrales de cualquier programa de desarrollo. Queda pendiente este tema para fortalecerlo en otras iniciativas similares a la aquí estudiada.

Retomando los dos enfoques presentados en la introducción, MED y GED, de manera esquemática pero ilustrativa podría decirse que las actividades de las esposas de los socios caen bajo el modelo de MED ya que están enfocadas a la satisfacción de necesidades básicas y sus relaciones de pa-



rentesco (la condición de ser esposa de alguien) es lo que permite su participación en la organización. Mientras que el grupo de las socias, si bien no han logrado acabar con las desigualdades de género, han iniciado un incipiente proceso de empoderamiento que responde a los planteamientos de GED, gracias a que son dueñas de su cafetal, han recibido capacitación, participan en procesos de toma de decisiones. Las mujeres experimentan cambios personales (por ejemplo, un aumento en la autoestima) gracias al proceso organizacional.

A la luz de estos resultados es necesario replantearse el concepto de membresía en organizaciones campesinas con el fin de garantizar que las mujeres puedan participar en actividades productivas y formativas. Es importante que un mayor número de mujeres disfruten de los mismos privilegios que los hombres, por ejemplo participar en las asambleas (votar y ser votadas); recibir capacitaciones; conducir proyectos productivos; tomar decisiones para la comercialización. Para ampliar los beneficios hacia las esposas que participan en la producción de café es importante diseñar otros sistemas de membresía (por ejemplo, por pareja, más que individual) para ampliar los beneficios a las "cafetaleras sin cafetal". Existen ejemplos de este tipo de acción afirmativa en diversos países latinoamericanos con respecto a la tenencia de la tierra y el uso y manejo de sistemas de agua (Deere y León, 2000; Boelens y Apollin, 1999).



Bibliografía

- Agarwal, B. (1997) "Bargaining and Gender Relations: Within and Beyond the Household" en *Feminist Economics*. Vol. 3, número 1, pp.1- 51.
- (1994) *A Field of One's Own: Gender and Land Rights in South Asia*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Aguirre, F. (2004) *Cuatro actores del comercio justo en México: sus retos y perspectivas*. Québec, Université de Montréal.
- Alberti, P. (2001) "Capacitación para el desarrollo rural con equidad de género" en I. Castillo, (coord.), *La participación de la mujer en el desarrollo rural*. México, Universidad Autónoma de Tlaxcala/CONACYT, pp. 135-168.
- Aranda, J. (1996) "Las mujeres cafetaleras en Oaxaca" en *Cuadernos Agrarios*. Número 13, pp. 15 - 52.
- Ayalés, I., P. Chavarrí e I. Chávez (1991) *Haciendo camino al andar. Guía metodológica para la acción comunitaria*. Washington, D.C., OEF Internacional.
- Benería, L. y M. Roldán (1992) *Las encrucijadas de género y clase*. México, Colegio de México.
- Boelens, R. y F. Apollin (1999) *Irrigation in the Andean Community. A Social Construction*. Sri Lanka, International Water Management Institute.
- Bonfil, P. (2002) "Las mujeres indígenas y su participación política: un movimiento contra la desmemoria y la injusticia" en D. Barrera (coord.), *Participación política de las mujeres en los gobiernos locales en México*. México, GIMTRAP, pp. 67 - 101.
- Bonfil, P y R. del Pont (1999) *Las mujeres indígenas al final del milenio*. México, Fondo de las Naciones Unidas para la Población, Secretaría de Gobernación, Comisión Nacional de la Mujer.
- Buvinic, M. (1993) "Women's Issues in Third World Poverty: A Policy Analysis" en Buvinic M. et al. (eds.), *Women and Poverty in the Third World*. Baltimore, John Hopkins University Press.
- Campaña, P. (1992) *El contenido de género en la investigación de sistemas de producción*. Santiago de Chile, Red Internacional de Metodología de Investigación de Sistemas de Producción (RIMISP).
- (2003) *Género como instrumento para el desarrollo rural y reducción de la pobreza*. Buenos Aires, Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA).
- Centeno, M. (1996) *La invisibilidad de la participación de las mujeres en las organizaciones comunitarias (municipio de Texcoco, Estado de México)*. Tesis de Maestría en Ciencias en Desarrollo Rural, Texcoco, Estado de México, Colegio de Postgraduados.
- Comisión Económica Para América Latina y el Caribe (1999) *Indicadores de género para el seguimiento y la evaluación del Programa de Acción Regional para las Mujeres de América Latina y el Caribe, 1995 - 2001 y la plataforma de Acción de Beijing*. Santiago de Chile, Organización de las Naciones Unidas, CEPAL.
- Consejo Mexicano del Café (2004) "Producción de café en México" en *Consejo Mexicano del Café* [En línea], disponible en www.comcafe.org.mx. (Accesado el día 15 de octubre, 2005).
- Deere, C. y M. León (2000) *Género, propiedad y empoderamiento: tierra, Estado y mercado en América Latina*. Bogotá, Programa de Estudios de Género, Mujer y Desarrollo, Tercer Mundo Editores, Facultad de Ciencias Humanas.
- Escalante, A. y M. Peinador (1999) *Ojos que ven...corazones que sienten: indicadores de equidad*. San José, Costa Rica, ABSOLUTO, (Serie: Hacia la Equidad).



- Fernández, J. (1998) "El café mexicano en el mercado mundial" en *Negocios Internacionales*. Número 77, pp. 17.
- Gobierno del Estado de Chiapas (2005) *Plan de Desarrollo Chiapas 2001-2006*. Chiapas, Secretaría de Planeación y Finanzas, Gobierno del Estado de Chiapas.
- González, S. (2002) "Las mujeres y las relaciones de género en las investigaciones sobre el México campesino e indígena" en E. Urrutia (coord.), *Estudios sobre las mujeres y las relaciones de género en México: aportes desde diversas disciplinas*. México, Colegio de México. pp. 165 – 200.
- Hidalgo, N. (2005) *Microfinanzas para mujeres y género en el sector rural: un análisis socioeconómico de proyectos en México*. Tesis de doctorado, Universidad Autónoma Chapingo, CIESTAAM, pp. 279.
- H. Ayuntamiento de Siltepec 2005-2007 (2005) [En línea]. México, disponible en www.siltepec.chiapas.gob.mx, (Accesado el 28 de enero de 2008).
- Huizer, G. (1981) "Movimientos de campesinos y campesinas ante la depauperización. ¿Dialéctica o liberación?" en *Revista Mexicana de Sociología*. Número 1, pp. 9-80.
- International Federation of Organic Agricultura Movements (2005) *Principios de la agricultura orgánica*. México, IFOAM.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2002) *Uso del tiempo y aportaciones en los hogares mexicanos*. México, INEGI.
- Kabeer, N. (1998) *Realidades trastocadas. Las jerarquías de género en el pensamiento del desarrollo*. México, Paidós, UNAM.
- Lara, S. (1996) "Alguna vez las obreras agrícolas se organizaron" en *Cuadernos Agrarios*. Vol. 13, pp.18 – 32.
- Magallón, M. (1988) "Participación de la mujer en las organizaciones campesinas: algunas limitaciones" en J. Aranda (comp.), *Las mujeres en el campo*. Oaxaca, Instituto de Investigaciones Sociológicas de la Universidad Autónoma Benito Juárez, pp. 411- 424.
- Martínez, B. (2001) "Género, desarrollo y políticas públicas: consideraciones metodológicas y estratégicas" en I. Castillo (coord.), *La participación de la mujer en el desarrollo rural*. México, SIZA-CONACYT, UAT.
- Moser, C. (1991) "La planificación de género en el Tercer Mundo: enfrentando las necesidades prácticas y estratégicas de género" en Virginia Guzmán et al. (comps.), *Una nueva lectura: género en el desarrollo*. Lima, Flora Tristán.
- Nauman, T. (2002) *El movimiento a favor del comercio justo en México*. México, Interhemispheric Resource Center (IRC).
- Pérez, V. (2002) *El café en México, Centroamérica y el Caribe. Una salida sustentable a la crisis*. México, Coopcafé – CNOC.
- Programa de la Mujer en el Sector Agrario (2002) *Reglas de operación. Diario Oficial de la Federación*. México, 17 de junio. (PROMUSAG).
- Renard, M. (1999) *Los intersticios de la globalización. Un label (Max Havelaar) para los pequeños productores de café*. México, CEMCA.
- Robles, R., J. Aranda y C. Botey (1993) "La mujer campesina en la época de la modernidad" en *El cotidiano*. Número 53, pp. 25 – 32.
- Rojas, R. (1996) *Chiapas ¿Y las mujeres qué?* México, ERA.
- Sandoval, C. (1996) "Investigación cualitativa" en *Especialización en teoría, métodos y técnicas de investigación social*. Bogotá, Colombia, Instituto Colombiano para el fomento de la educación superior, ICFES.
- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación-SIAP (2005) *Avance de siembras y cosechas* [En línea], disponible en www.sagarpa.gob.mx (Accesado el 31 de marzo de 2006).



- Sierra, M. (1987) "El ejercicio discursivo de la autoridad en asambleas comunales" en *Cuadernos de la Casa Chata*. México, SEP-CIESAS.
- Taylor, S. y R. Bogdan (1990) "Ir hacia la gente" en *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Buenos Aires, Editorial. Paidós.
- Vázquez, V. (2002) *¿Quién cosecha lo sembrado? Relaciones de género en un área natural protegida mexicana*. México, Colegio de Postgraduados en Ciencias Agrícolas, Plaza y Valdés Editores.
- Zapata, E. et al. (2003) *Microfinanciamiento y empoderamiento de mujeres rurales. Las cajas de ahorro y crédito en México*. México, Colegio de Postgraduados, Plaza y Valdés Editores.
- Zapata, E. y M. Mercado (1996) "Del proyecto productivo a la empresa social de mujeres" en *Cuadernos Agrarios*. Vol. XII, número 13, pp. 104 - 128.
- Zapata, E., M. Mercado y B. López (1994) *Mujeres rurales ante el nuevo milenio*. México, Colegio de Postgraduados en Ciencias Agrícolas.