
**“EXPERIENCIA DE DESARROLLO SOCIO-ECONOMICO DE MUJERES
ARTESANAS DE SALADO Í”**

Héctor Guex- Paraguay

INTRODUCCIÓN

El presente documento describe la experiencia de un trabajo desarrollado por un grupo de artesanas, en la ciudad de Limpio, barrio Kure Ygua – Salado í, para la producción y comercialización de artesanía en karanday, en el marco de un proyecto liderado por la Fundación Cird , con la cooperación financiera de la Agencia Española de Cooperación Internacional, que arrancando de un modelo individual pasa a un trabajo colectivo, fortaleciendo sus capacidades y ampliado sus oportunidades, impactando directamente en la calidad de vida de sus familias.

Igualmente el documento plantea el efecto positivo de una combinación apropiada de asistencia técnica – acompañamiento y capacitación acotada a sus necesidades, y respaldado por acceso a microcréditos productivos - delimitado a sus características – contribuye eficazmente a disminuir la vulnerabilidad de sus actividades económicas y posibilita su inclusión a sectores productivos más formales y rentables.

Aún cuando la experiencia sigue construyendo aprendizaje de la práctica colectiva, sin duda la orientación que ha tomado representa una intervención exitosa, impulsada y

sostenida de manera participativa por las mismas protagonistas de la experiencia: las artesanas de Kure Ygua – Salado í.

CONTEXTO DE LA EXPERIENCIA

A partir de febrero del 2006, el CIRD, aliada con la Fundación Jogueraha y Estación A, a nivel local y con la Fundación española Esplai, a nivel internacional y el apoyo financiero de la Agencia Española de Cooperación Internacional – AECI, vienen implementando el proyecto “*Promoción de oportunidades en equidad de género y desarrollo sostenible*”, que tiene como objetivo: “Mejorar el nivel de vida de la población femenina urbano-marginal, incrementando las capacidades y autonomía de las mujeres”. La población sujeta de la intervención son las artesanas que trabajan en karanday, de diferentes comunidades de Limpio.

Los resultados esperados de la implementación del proyecto apuntan básicamente a:

- i. Mejorado el acceso al mercado local
- ii. Mejorada la capacidad empresarial
- iii. Aumentada la capacidad de toma de decisiones de las mujeres

La ciudad de Limpio

La ciudad de Limpio se encuentra a 29 Km. de la Ciudad de Asunción, en el Departamento Central, tiene un crecimiento poblacional anual del 9% y ha tenido un gran crecimiento demográfico en los últimos tiempos debido a que es utilizada como “ciudad dormitorio” de personas que emigran de interior del país y trabajan en Asunción o sus alrededores. La tasa de desempleo es del 15%, y afecta especialmente a las mujeres. Tiene una extensión aproximada de 117 km² repartidos en nueve compañías y veinte barrios urbanos, urbanizaciones y villas. Algunas tienen todavía un carácter netamente rural/agrícola y otras están en creciente urbanización. Por su explosiva tasa de crecimiento y su alta densidad poblacional (598,3 habitantes por km²) supone un desafío para sus habitantes, tanto en oportunidades de crecimiento como por las dificultades que genera la falta de infraestructuras.

Limpio tiene una relativamente importante industria artesanal, tarea asumida mayoritariamente por mujeres (unas 650 se dedican a esta labor) Algunos de productos realizados por estas artesanas son: sombreros, pantallas, cestas y otros productos para el hogar tanto utilitarios como decorativos hechos de hoja de karanday, elaborada totalmente en forma manual, con una técnica que es traspasada de una generación a otra; “.... se aprende en el hogar a trenzar el karanday”.

Fueron seleccionados tres barrios de la ciudad de Limpio en donde existe una importante producción de artesanía en karanday: Aguapey, Isla Aranda y Kure Ygua-Salado í, en cada uno de estos barrios existe una importante tradición del trabajo en karanday y son varias las familias cuyos ingresos dependen de su trabajo artesanal.

LA ARTESANÍA EN KARANDAY: UNA ACTIVIDAD DE SUBSISTENCIA CONDICIONADA

A los efectos del presente trabajo, hemos tomado el barrio de Kure Ygua – Salado í, por contener las características más representativas, tomando como criterio de selección dos elementos: uno, la mayoría de las mujeres se dedican a esta actividad como generadora de ingresos y dos, porque la mayoría producen un mismo artículo: sombrero en karanday y se hallan concentradas en un área de 20 manzanas aproximadamente, con alrededor de 120 hogares que se dedican a la artesanía en karanday

Algunas características relevadas:

Cuadro N°1 Estadísticos descriptivos de la población

	Mínimo	Máximo	Suma
Cantidad de personas que viven en la vivienda	2	12	359
Cantidad de niños	1	4	60
Cantidad de niñas	1	4	51
Adolescente varón	1	2	27
Adolescente mujer	1	3	42
Joven varón	1	2	40
Joven mujer	1	2	34
Adulto varón	1	2	45
Adulto mujer	1	2	47
Adulto mayor varón	1	1	4
Adulto mayor mujer	1	1	9

Cuadro N° 2 Nivel de escolarización alcanzado

	Frecuencia	%
Ninguno	61	17,0
Educación Escolar Básica	251	69,9
Media	43	12,0
Superior no Universitaria	3	,8

Universitaria	1	,3
Total	359	100,0

Fuente: Línea de Base Proyecto – Informe de Proyecto “Promoción de oportunidades en equidad de género y desarrollo sostenible”- 2006

Cuadro N° 3 La composición del hogar es la siguiente:

	Frecuencia	%
Madre	60	16,7
Padre	47	13,1
Suegro	2	,6
Suegra	1	,3
Abuelo	2	,6
Tío	2	,6
Cuñado	2	,6
Hijo/a	219	61,0
Nieto/a	4	1,1
Hermano/a	7	1,9
Sobrino/a	4	1,1
Nieto/a	8	2,2
Nuera	1	,3
Total	359	100,0

Cuadro N° 4 La composición de edad

	Frecuencia	%
Menor a 1 año	1	,3
1 - 12 años	110	30,6
13 - 18 años	70	19,5
19 - 30 años	81	22,6
31 - 60 años	88	24,5
61 - 75 años	7	1,9
76 a más años	2	,6
Total	359	100,0

Cuadro N° 5 La ocupación evidencia

	Frecuencia	%
Menor de 5 años	45	12,5
Estudiante	74	20,6
Ninguna	43	12,0
Artesana	108	30,1
Artesano	23	6,4
Ama de casa	2	,6
Empleada doméstica	1	,3
Vendedor	7	1,9
Oficios	40	11,1
Técnicos	16	4,5
Total	359	100,0

Cuadro N° 6 En cuanto al tipo de relación laboral:

	Frecuencia	% válido
Trabajador por cuenta propia	185	77,7
Empleado	27	11,3
Obrero	21	8,8
Changas	5	2,1
Total	238	100,0

Cuadro N° 7 La escala de ingresos familiares expone:

En guaraníes y mensuales	Frecuencia	%
100.000 - 499.999	8	13,1
500.000 - 999.999	17	27,9
1.000.000 - 1.499.999	10	16,4
1.500.000 - 1.999.999	12	19,7
2.000.000 - 2.499.999	6	9,8
2.500.000 - 2.999.999	5	8,2
3.000.000 - 3.500.000	3	4,9
Total	61	100,0

Fuente: Línea de Base Proyecto – Informe de Proyecto “Promoción de oportunidades en equidad de género y desarrollo sostenible” - 2006

La producción se da en las unidades familiares, donde trabajan generalmente las mujeres y los y las jóvenes, quienes elaboran diariamente los artículos en karanday; en particular las mujeres lo hacen a más de las actividades domésticas como cocinar, lavar las ropas, limpiar la casa y acompañar a sus hijos e hijas en las actividades educativas.

El modelo de producción y comercialización al inicio del proyecto exponía: el precio por cada sombrero era de G. 3.500, y en promedio el nivel de producción diaria por

unidad familiar era de 4 sombreros. En la mayoría de los casos, las artesanas canjeaban sus sombreros por víveres en los almacenes del barrio, éstos propietarios de almacenes asumían funciones de “acopio” y regulan generalmente los precios, considerando su posición estratégica de comprador de la producción de artesanía en karanday y proveedor local de artículos de la canasta básica. Algunas expresiones de las artesanas revelan esta situación: “...nosotras al terminar nuestro trabajo y debemos irnos rápido al almacén para comprar para la comida... y ellos no nos dan vuelto, que necesitamos a veces para el recreo de nuestros hijos”.

Los artículos en karanday sufren de una alta inestabilidad en los precios en los meses del invierno cuando son bajos, incluso hasta un 20% menos, de 3.300 a 2.800, lo que al cruzar con las necesidades crecientes de las artesanas esto genera un deterioro aún más acentuado de sus ingresos; en tanto en los meses de verano esto recupera los niveles de precios, propiciando una especulación con mismos, por parte de quienes disponen de capital (los compradores mayoristas).

En un 100% de los casos la comercialización se hacía en forma individual, un buen sector lo hace directamente con el almacén y otro grupo de gente lo hace con los corredores, que son los vendedores propiamente, a quienes ellos denominan “pe’á ha’é che patrón” (ese es mi patrón), lo cual evidencia el nivel de relación identificada por las artesanas.

La no disponibilidad de capital de trabajo ha impedido en muchos casos la posibilidad de ampliar las oportunidades de las artesanas, “... no tenemos otra cosa más que irnos

corriendo al almacén o entregar al corredor nuestros sombreros, porque no tenemos para comer en el día... no tenemos capital ese es nuestro problema”.

Un replanteamiento de la práctica: ... y si lo comercializamos juntos

El proyecto “*Promoción de oportunidades en equidad de género y desarrollo sostenible*” ha desarrollado una intervención que parte de un enfoque de fortalecimientos de la gestión microempresarial, la vinculación con canales de comercialización que ofrezcan mejores ventajas comparadas y el acceso de microcréditos, como estrategia para construir un escenario que mitigue la vulnerabilidad del trabajo y los ingresos de las artesanas de Kure Ygua – Salado í. En particular, el acceso a microcréditos a fin a construir una plataforma con capital de trabajo para mejorar su producción e incidir en los precios, mediante un mayor stock de inventarios a la hora de comercializar con los corredores o hasta con los propios almacenes.

Así mismo, se ha combinado en la metodología de intervención la asistencia técnica/acompañamiento, con los talleres de capacitación, ya que la construcción de planteamientos socioeconómicos era más eficiente y efectivo plantearlos en la cotidianeidad que en la formalidad grupal, y ha permitido discutir propuestas más acabadamente con las artesanas, hilando una línea que congrege intereses y expectativas comunes. Esto ha permitido avanzar participativamente y optimizar los recursos del proyecto en función objetivos planteados en el mismo.

El acceso a microcréditos ha sido un elemento clave en la implementación de la estrategia de intervención, porque el mismo ha arremetido eficientemente contra un obstáculo para el despegue del trabajo artesanal y que básicamente consiste en la necesidad de capital operativo para soportar el flujo financiero de la producción artesanal de las familias. Considerando que no había experiencia crediticia vinculado al trabajo (solamente al consumo como el caso de macateros y libretas de almacén) el acceso al crédito se ha relacionado indefectiblemente a un Plan de Trabajo, que establece las líneas de acción para fortalecer el trabajo artesanal de la unidad familiar y la inversión efectiva del préstamo, con lo cual se ha logrado iniciar una práctica de crédito, a fin de invertirlo en el trabajo.

La integración con las artesanas y éstas entre sí, ha permitido igualmente plantear un elemento clave para la sostenibilidad: el trabajo colectivo, tomando como empalme para la reflexión y el análisis el siguiente marco de concepto:

“Afirmamos que la organización, es unirse con otras personas o con otra organización, para realizar una acción colectiva, con funciones diferenciadas y división social del trabajo, pero esto no debe entenderse como una pérdida de la individualidad.

Individuo – organización, yo – nosotros, son realidades interrelacionadas que expresan la naturaleza esencialmente dialéctica de la Organización; mientras más desarrollado como persona es el individuo, mejor puede participar en la organización, mientras más participa en la organización, más crece como persona, mientras más crece como persona más crece la organización”.

Y se ha logrado, luego de varias reuniones y talleres de trabajo, conformar un “Comité de Producción y Comercialización de sombreros de karanday”, que en sus considerando establece: “Las artesanas reunidas consideran que el desarrollo y fortalecimiento de una instancia organizacional que incluya a las artesanas que producen y comercializan artesanía en karanday, mayormente sombreros, es un mecanismo que amplía sus oportunidades y proyecta el mejoramiento de su trabajo artesanal”, con lo cual se ha dado un paso trascendental para, por un lado valorar el trabajo artesanal y por otro lado, - quizás el más pertinente a los intereses actuales de las artesanas – aumentar la capacidad de negociación de precios de los sombreros.

JUNTARSE Y CONVERSAR.....JUNTARSE Y CONSTRUIR UNA NUEVA PRÁCTICA

La cohesión social es la conexión entre personas y grupos que facilita la colaboración y distribución equitativa de los recursos a nivel de la familia, comunidad y el Estado. A nivel comunitario es un activo que provee seguridad, regula el comportamiento de los pobladores.

La disminución de la cohesión dentro de la comunidad afecta no solo a los amigos y vecinos, sino también a las redes de parentesco y a la hospitalidad tradicional. Algunas de las causas de la disminución de la cohesión social hacen referencia al condicionamiento económico, a la falta de oportunidades económicas. La migración, así mismo, en el ámbito familiar quiebra los vínculos, viéndose comúnmente que padres y madres deben girar a otras zonas en búsqueda de opciones laborales.

Los constantes cambios en las relaciones económicas, políticas y sociales que experimenta la sociedad han aislado a las personas y fragmentado a las comunidades, incidiendo en la condición de vulnerabilidad de las comunidades pobres, esto sin duda

se halla instalada en la realidad de Kure Ygua – Salado í. Ahora la pregunta es: ¿cómo es posible hacer frente a esto? y básicamente la respuesta es: identificar un punto de interés común, trabajando a partir de las condiciones socioculturales de la comunidad.

En este sentido el trabajo, aún reconociendo que el poco tiempo de dos años transcurridos en la implementación del proyecto en el barrio de Kure Ygua – Salado í, desplegado por las artesanas ha permitido la integración progresiva de una nueva práctica, sostenida por tres ejes de intervención:

1. La comercialización conjunta a partir de un interés concreto y común, estructurada en una organización; expresados en los siguientes cuadros:

Cuadro N° 8 Participa en algún grupo u organización

	Frecuencia	%
Sí	26	42,6
No	35	57,4
Total	61	100,0

Cuadro N° 9 En cuales organización participan

	Mas Participa	Suele participar
Grupo Religioso	3,8%	96,20%
Asociación o Comité de Producción	96,20	3,80

Cuadro N° 10 Lugar donde realiza la comercialización de su producción

	Frecuencia	%
Dentro de la comunidad / Almacén	18	29,5
En otra comunidad	2	3,3
Mercado Municipal local	1	1,6
Vende a la asociación	22	36,1
Dentro de la comunidad y a la Asociación	2	3,3
Dentro de la comunidad y a mayoristas	8	13,1
A la Asociación y a mayoristas	1	1,6
Vende a mayoristas	6	9,8

Dentro de la comunidad y en otra comunidad	1	1,6
Total	61	100,0

Fuente: Informe de Avance de Proyecto “Desarrollo Sustentable con equidad de género”
Febrero/2008

2. Acceso a microcréditos, como elemento clave para construir una plataforma financiera que sostenga la producción y la comercialización con las socias del comité.

El acceso a microcréditos se aplica desde dos enfoques: un individual ajustada un Plan de Trabajo, orientado a capital operativo y mejora de infraestructura básica y también como fondo de capital del Comité para responder a las compras de producción de las socias, esto ha sido fundamental para el desarrollo de la organización.

Si bien aún, los créditos son administrados por la Fundación Jogueraha responsable de la cartera de crédito, la aplicación de los recursos crediticios y el cumplimiento de los plazos de pago, evidencian una morosidad que no supera el 2% y los casos de incobrabilidad no superan el 0,30%.

Una muestra de esto lo evidencia el siguiente cuadro, que en comparación al inicio del proyecto ha variado significativamente las condiciones de comercialización de los sombreros.

La venta o comercialización lo realiza

	Frecuencia	%
Al contado	55	90,2
Por trueque	2	3,3
Al contado y por trueque	4	6,6
Total	61	100,0

**Fuente: Informe de Avance de Proyecto “Desarrollo Sustentable con equidad de género”
Febrero/2008**

3. La inserción en canales de comercialización local formal que exportan los sombreros al mercado brasilero, mediante la formalización de un contrato de venta sobre una producción programada y unos precios negociados que ha permitido una predicción de los ingresos, lo cual se ha logrado mediante una negociación con los compradores mayoristas locales.

Con esto se ha logrado, subir los precios de los sombreros en este nivel:

- a. Al momento de conformar el Comité, el precio se negoció de G. 3.800 a G. 4.300 por cada sombrero, un aumento de los precios del 13,16%
- b. En una segunda negociación de precios, de G. 4.300 a G. 4.700 por cada sombrero, un aumento de los precios del 9,30%

En el plazo de 10 meses, el aumento total de los precios fue del 23,68%, lo cual refleja las potencialidades y oportunidades del negocio artesanal; a esto debe sumarse un hecho trascendente, los precios se mantienen estables durante todo el año, garantizado en un contrato de compra-venta, lo cual tiene un efecto directo en la calidad de consumo de las artesanas y sus familias.

