
mujer y desarrollo

Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos

Lidia Heller



NACIONES UNIDAS



División de Asuntos de Género

Santiago de Chile, enero de 2010

Este documento fue preparado por Lidia Heller, Consultora de la División de Asuntos de Género de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

Las opiniones expresadas en este documento, que no ha sido sometido a revisión editorial, son de exclusiva responsabilidad de la autora y pueden no coincidir con las de la Organización.

Publicación de las Naciones Unidas

ISSN versión impresa 1564-4170 ISSN versión electrónica 1680-8967

ISBN: 978-92-1-323346-7

LC/L.3116-P

N° de venta: S.09.II.G.95

Copyright © Naciones Unidas, enero de 2010. Todos los derechos reservados

Impreso en Naciones Unidas, Santiago de Chile

La autorización para reproducir total o parcialmente esta obra debe solicitarse al Secretario de la Junta de Publicaciones, Sede de las Naciones Unidas, Nueva York, N. Y. 10017, Estados Unidos. Los Estados miembros y sus instituciones gubernamentales pueden reproducir esta obra sin autorización previa. Sólo se les solicita que mencionen la fuente e informen a las Naciones Unidas de tal reproducción.

Índice

Resumen	5
I. Introducción	7
II. Incorporar el potencial de las mujeres al desarrollo de la región: realidades y desafíos	11
1. Factores que inciden en el estímulo de la actividad emprendedora	11
2. Empoderamiento, autonomía económica y equidad. ¿Dónde estamos hoy?	12
3. Entendiendo las realidades de las mujeres de la región	13
III. La caracterización de las mujeres emprendedoras en América latina y el Caribe: cifras que invitan a pensar	17
1. ¿Qué sabemos de las emprendedoras de la región?	19
2. Perfiles de las emprendedoras	24
3. Algunas características de las microemprendedores	29
4. El aporte de recientes estudios	31
5. A manera de síntesis	35
IV. Estrategias a considerar en la inclusión de mujeres en la actividad productiva	39
1. El por qué de la importancia de las redes	39
2. La contribución de las nuevas tecnologías al trabajo en red	40
3. La innovación y la asociatividad como impulsores de la actividad emprendedora	42
4. Micro financiamiento y acceso a micro créditos para proyectos productivos	44

V. De cara al futuro: Celebrar las pequeñas ganancias y aprender de la experiencia	49
1. Estrategias, procesos y actores que permiten avanzar en escenarios complejos	51
2. Recomendaciones	53
3. Mirando hacia delante	55

Bibliografía	57
---------------------------	----

Anexo 1	65
----------------------	----

Anexo 2	70
----------------------	----

1. Red de redes relacionadas con actividades productivas	70
--	----

2. Redes de Mujeres que trabajan por las actividades productivas	73
--	----

3. Organizaciones que trabajan con emprendimientos productivos	80
--	----

Serie mujer y desarrollo: números publicados	83
---	----

Índice de cuadros

CUADRO 1	FACILIDADES DE HACER NEGOCIOS, NÚMERO. DE PROCEDIMIENTOS Y TIEMPO EN DÍAS PARA LA APERTURA DE UNA EMPRESA Y CLASIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES Y NECESIDADES EN MUJERES. ALGUNOS PAÍSES SELECCIONADOS.....	32
----------	--	----

CUADRO 2	TASAS DE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA POR SEXO. ALGUNOS PAÍSES SELECCIONADOS, 2007	33
----------	--	----

CUADRO 3	ALGUNOS ÍNDICES SELECCIONADOS EN CUATRO PAÍSES DE AMÉRICA LATINA, 2007-2008	34
----------	---	----

CUADRO 4	ESTRATEGIAS PARA LA INCORPORACIÓN DE MUJERES EN ACTIVIDADES PRODUCTIVAS	52
----------	---	----

Índice de gráficos

GRÁFICO 1	DIFERENCIA, ENTRE LA TASA DE PARTICIPACIÓN DE VARONES Y MUJERES POR PAÍSES, 1995-2006	18
-----------	---	----

GRÁFICO 2	AMÉRICA LATINA (PROMEDIO PONDERADO 17 PAÍSES), ZONAS URBANAS COMPOSICIÓN PORCENTUAL POR SEXO DE LOS OCUPADOS SEGÚN CATEGORÍA OCUPACIONAL, ALREDEDOR DE 2005	19
-----------	---	----

GRÁFICO 3	AMÉRICA LATINA (PROMEDIO PONDERADO 17 PAÍSES), ZONAS URBANAS, CATEGORÍA OCUPACIONAL POR SEXO DE LOS (AS) OCUPADOS (AS) ALREDEDOR DE 2005	20
-----------	--	----

GRÁFICO 4	TRABAJADORAS NO ASALARIADAS, SEGÚN TIPO DE ESTABLECIMIENTO EN ALGUNOS PAÍSES SELECCIONADOS, 1995-2006.....	22
-----------	--	----

GRAFICO 5	AMÉRICA LATINA (TOTAL 17 PAÍSES). EMPLEADORAS (ES), DATOS EXPANDIDOS, DISTRIBUCIÓN Y COMPOSICIÓN PORCENTUAL POR SEXO, PAÍSES Y ZONAS URBANA Y RURAL ALREDEDOR DE 2005	23
-----------	---	----

GRÁFICO 6	TOTAL PAÍSES, ZONAS URBANAS. DISTRIBUCIÓN DE EMPLEADORES(AS) POR TRAMO DE EDAD, 2005	25
-----------	--	----

GRÁFICO 7	TOTAL PAÍSES, ZONAS URBANAS 2005. DISTRIBUCIÓN EMPLEADORES (AS) Y TOTAL DE OCUPADOS (AS) POR ESTADO CONYUGAL	26
-----------	--	----

GRAFICA 8	TOTAL PAÍSES, ZONAS URBANAS. DISTRIBUCIÓN EMPLEADORES(AS) POR NIVELES DE ESCOLARIDAD, 2005.	26
-----------	--	----

GRÁFICO 9	EMPLEADORAS (ES), DATOS EXPANDIDOS, DISTRIBUCIÓN Y COMPOSICIÓN PORCENTUAL POR SEXO, ENCUESTAS DE HOGARES. ALREDEDOR DE 2005	27
-----------	--	----

GRÁFICO 10	AMÉRICA LATINA (PROMEDIO PONDERADO 17 PAÍSES), ZONAS URBANAS COMPOSICIÓN PORCENTUAL DE HOMBRES Y MUJERES ENTRE LOS EMPLEADORES SEGÚN RAMAS DE ACTIVIDAD ECONÓMICA, ALREDEDOR DE 2005	29
------------	--	----

GRÁFICO 11	VÍNCULOS Y ESTRATEGIAS PARA EL ESTÍMULO DE ACTIVIDADES PRODUCTIVAS CON EQUIDAD DE GÉNERO	51
------------	--	----

Resumen

El presente informe examina continuidades y transformaciones en la participación de la mujer latinoamericana en actividades productivas en un sentido amplio: se incluyen pequeñas y medianas empresas (PYME) y micro emprendimientos. El análisis se propone por una parte, caracterizar las particularidades de la actividad emprendedora protagonizada por mujeres en países seleccionados y, por la otra, identificar los factores que han impulsado u obstaculizado esta actividad en la región, desde una perspectiva que apuesta a la promoción de la equidad de género en el mundo del trabajo.

El trabajo pone especial énfasis en el análisis de estrategias que tienden a fortalecer la capacidad emprendedora de las mujeres, tales como el aporte del trabajo en redes, incorporación de nuevas tecnologías de la información, mecanismos de acceso al crédito y financiamiento. Se describen experiencias innovadoras implementadas en instituciones públicas, privadas, organismos de cooperación y organizaciones de mujeres, con el objeto de convertirlas en insumos para la elaboración de políticas y programas orientados a mejorar el acceso de las mujeres a los recursos productivos y a la incorporación de estrategias colectivas que tiendan a la asociatividad y articulación de las organizaciones de mujeres.

I. Introducción

El desafío de una nueva agenda de desarrollo en América Latina y el Caribe ha cobrado fuerza en la actualidad y es objeto de debate en distintos ámbitos. En los últimos cinco años, las economías latinoamericanas crecieron a una tasa anual promedio de más del 5%, la inflación general se mantuvo en baja, el crédito se expandió y las exportaciones se mantuvieron en ascenso, después de varias décadas de frustraciones. Sin embargo, nuevas realidades mundiales aparecen frente a la crisis financiera internacional en un mundo globalizado, que presenta en los diferentes países especificidades locales cada vez más complejas y cambiantes. La inserción internacional ha sido y es una de las principales estrategias de desarrollo en las economías de la región que muestra las más altas desigualdades en el mundo (De Ferranti y otros, 2003).

Tal como lo sostiene un reciente documento de la CEPAL (2008), América Latina y el Caribe se encuentra mejor preparada que en crisis anteriores: el superávit en cuenta corriente, las finanzas públicas más ordenadas, mayores superávits primarios que en otros períodos expansivos, menor deuda pública y mejoras de su composición, mayores reservas internacionales. De todas maneras, los países de la región no son inmunes a la crisis internacional y a pesar de un contexto de crecimiento, el incremento del precio de los alimentos, tiende a generar un aumento de la pobreza y un menor crecimiento económico, y esta situación, repercutirá negativamente sobre los indicadores del mercado de trabajo.

Durante los últimos años, con altos y bajos y aún de manera insuficiente, han existido esfuerzos en materia de política de institucionalización económica, dirigidos a fortalecer la capacidad de la región para competir internacionalmente. Además de seguir consolidando las políticas en materia macroeconómica y financiera, uno de los principales desafíos actuales es avanzar en políticas de desarrollo

productivo que posibiliten incrementar la competitividad y diversidad de la región. Para ello será necesario diseñar nuevos pactos fiscales en la región y en el corto plazo, la ayuda y el financiamiento multilateral tendrán un papel decisivo.

En el contexto de globalización de los procesos financieros, económicos, comerciales, ambientales, políticos, sociales y culturales, las dos últimas décadas se han caracterizado por la irrupción de las mujeres en el mundo público y en particular en actividades productivas. Como se señala en el documento elaborado por la Cepal (2004)¹, la creciente participación laboral de las mujeres, sus logros educativos, las consiguientes modificaciones de las relaciones familiares y su importante, aunque aún insuficiente, acceso a los procesos de toma de decisiones son los logros que transforman el escenario en el que se está construyendo la igualdad real entre mujeres y varones.

La incorporación masiva de las mujeres al ámbito público fue descrita por algunas investigadoras (Kanter, 1977) como la revolución social silenciosa más importante del siglo XX. En las últimas décadas, han existido cambios importantes en la condición laboral de la mujer de América Latina y el Caribe, sin embargo siguen persistiendo retos y desafíos a nivel regional ya que su participación dentro de las actividades productivas todavía es muy escasa.

En la mayoría de las sociedades y culturas persisten desigualdades de género en el acceso y control² de los activos y recursos para satisfacer las necesidades de las mujeres, incluidos los servicios públicos y esto es producto, en gran medida, de la desigual valoración de los roles asignados a varones y mujeres en función del género y las relaciones de poder.

En diferentes documentos de la CEPAL se ha sostenido que, las desigualdades en la distribución, el acceso, el uso y el control de los recursos productivos, tales como el trabajo, tierra, capital, información, nuevas tecnologías, recursos naturales y vivienda, explican en parte las limitaciones que enfrentan las mujeres para generar ingresos y, en especial, para emprender iniciativas empresariales, obtener beneficios acordes con los aportes que realizan, incorporarse a procesos de movilidad ascendente y lograr de esta manera generar ingresos propios, producto de sus actividades que posibilite la autonomía en sus decisiones.

La Conferencia Internacional de las Naciones Unidas sobre la Población y el Desarrollo (CIPD), celebrada en el Cairo en 1994, así como las cuatro conferencias mundiales sobre las mujeres, posteriores a aquellas (realizadas entre 1975 y 1995), que culminaron en la Conferencia de Beijing de 1995, fueron los principales foros mundiales en los que se ha expresado, en forma repetida, el compromiso con la habilitación de la mujer y la igualdad entre los sexos. Por otra parte, los Objetivos del Milenio establecidos en el año 2000 incluyeron también como objetivos del desarrollo la igualdad entre los sexos y la habilitación de la mujer (*Report of the Fourth World Conference on Women, Beijing, United Nations, 1995*).

A ocho años de la Declaración del Milenio, se han registrado avances en la región en algunos indicadores, como por ejemplo los índices de paridad en distintos niveles educativos, pero persisten brechas en el aporte de las mujeres a la sociedad en sectores productivos. Según un Informe de la CEPAL (2006), casi la mitad de las mujeres mayores de 15 años carece de ingresos propios, el número de hogares monoparentales encabezados por mujeres se ha incrementado, el aporte económico de las mujeres permite que muchos hogares superen la condición de pobreza. Las mujeres tienen una menor participación en la población económicamente activa y siguen ganando menos que los varones por trabajos equivalentes.

Por otra parte, el Consenso de Quito (2007), reafirma la necesidad de formular políticas e incentivos económicos dirigidos a garantizar el trabajo decente a mujeres sin ingresos propios en

¹ “Caminos hacia la equidad de género”. 9ª Conferencia Regional sobre la Mujer de América Latina y el Caribe, México. CEPAL, 2004

² La distinción entre acceso y control es relevante en términos de género, pues la capacidad para utilizar algo no implica necesariamente que pueda decidirse sobre el destino del recurso y el efectivo beneficio del mismo. Así, por ejemplo, las mujeres pueden ganar dinero pero no tener la decisión sobre en qué gastarlo.

igualdad de condiciones que los hombres para asegurar en la región la autonomía y el ejercicio de sus plenos derechos y alienta su participación en sectores de trabajos creativos, innovadores y que superen la segregación laboral sexista.

¿Qué y cuánto sabemos del aporte que realizan las mujeres dentro de las actividades productivas? ¿Dónde están? ¿Quiénes son? ¿Cuáles son las características distintivas que aportan las mujeres en diferentes emprendimientos? ¿Cuáles son los obstáculos más frecuentes que enfrentan a la hora de iniciar y desarrollar una actividad emprendedora?

El propósito principal de este documento es brindar un marco general de análisis sobre la realidad de la actividad emprendedora de las mujeres de la región en sus distintas características —pyme y micro— que permita acercar algunas hipótesis sobre el comportamiento diferenciado de la actividad emprendedora en diferentes países, identificando obstáculos y facilitantes para las mujeres; reconocer las variables relevantes a considerar para nuevos estudios e investigaciones que contribuyan a mejorar los diagnósticos sobre la situación actual de las mujeres en las actividades productivas y contribuir al diseño y propuestas de políticas públicas que posibiliten estimular estas actividades.

Las hipótesis centrales que orientan el documento son:

- a) A pesar de que existe una masa crítica importante de mujeres en condiciones de incorporarse a las actividades productivas, todavía es escasa su participación en términos numéricos en la mayoría de los países de la región.
- b) La incorporación de mujeres a las actividades productivas, se ve condicionadas por complejas normativas, procedimientos, falta de acceso al crédito, responsabilidades familiares y escasos estímulos del medio donde actúan.
- c) Existe una serie de iniciativas impulsadas por organizaciones y redes de mujeres en la región que pueden contribuir al empoderamiento y autonomía de mujeres y no han sido captadas en los registros estadísticos ni han sido sistematizadas satisfactoriamente para evaluar sus impactos.

Múltiples son los factores que inciden y deben ser tenidos en cuenta para estimular el desarrollo de actividades productivas considerando las especificidades de género, ya que dichas actividades se encuentran influenciadas por diversos condicionantes y actores, requiriendo el análisis de la dinámica de interacción de los contextos políticos, económicos, sociales y culturales, como así también las funciones que desempeñan los diferentes organismos públicos, las redes y organizaciones empresariales, centros de investigación y desarrollo para el estímulo y desarrollo de actividades productivas.

Para el análisis de los diferentes factores enumerados anteriormente, el informe se ordenó en cinco secciones, incluyendo esta introducción. En la sección II se describen algunas realidades que inciden en el estímulo de la actividad emprendedora. En la sección III, se presenta un diagnóstico de situación que brinda aproximaciones sobre perfiles de las mujeres en relación a las actividades productivas de la región, señalando aspectos específicos que persisten en términos de inequidades de género y además se exploran los principales aportes que surgen de diferentes estudios, investigaciones y la literatura teórica y empírica que aborda los temas de emprendedoras y micro emprendedoras, realizando además una revisión de algunas relaciones que surgen de indicadores relevados por diferentes estudios que intentan explicar la situación diferenciada que atraviesan las mujeres que desarrollan actividades productivas en diferentes países de la región.

La sección IV, incluye una descripción analítica de algunas estrategias que tienden a fortalecer la capacidad emprendedora de las mujeres en la región y en el Anexo I, se presentan experiencias novedosas llevadas a cabo por distintas instituciones: públicas, privadas, organismos de cooperación y organizaciones de mujeres, recientemente incorporadas en la experiencia regional. Finalmente, en la última sección se presentan las consideraciones finales al trabajo, identificando estrategias, obstáculos, herramientas y actores involucrados para el logro de transformaciones efectivas que posibiliten incorporar activa y plenamente a las mujeres en el desarrollo productivo de la región.

II. Incorporar el potencial de las mujeres al desarrollo de la región: realidades y desafíos

1. Factores que inciden en el estímulo de la actividad emprendedora

Si bien un ingreso per cápita elevado incide favorablemente sobre el volumen y diversidad de la demanda de bienes y servicios, ensanchando el espacio para nuevas oportunidades, esto no se traduce automáticamente en un mayor número de empresas. En algunos países de la región que han expandido su PBI durante la década de 1990, no se registran incrementos directos y lineales de las tasas de creación de empresas, lo que estaría demostrando limitaciones en el proceso emprendedor (Maxfield, 2005).

Diversos estudios realizados sobre el tema señalan que en sociedades en las cuales existe una muy elevada fragmentación social, cabe esperar que buena parte de la población tenga dificultades para acceder a la educación o los ingresos básicos que permitan ahorrar para emprender. En cambio en sociedades articuladas es más frecuente la existencia de canales de comunicación entre personas de distintos sectores sociales y con distintas organizaciones de la sociedad civil y empresarial (Kantis, 2004).

Gran parte de la actividad emprendedora de la región ha surgido a partir de diferentes períodos de crisis económica. En la Argentina, por ejemplo durante la crisis del 2001, un 45% de los emprendedores estaba motivado por la necesidad, mientras que en los Estados Unidos, la necesidad originaba el 11% de los emprendimientos y en la India el 66%, según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2000).

Por otra parte, la actividad emprendedora implica contar con individuos dispuestos a tomar más riesgos que el común de las personas, estar atento(a)s a nuevas oportunidades y preparado(a)s para encontrarlas, por ello es importante analizar también las motivaciones y estímulos de las personas. Existen diferentes tipologías utilizadas para describir a los y las emprendedores, la que enfoca su atención en las motivaciones, distingue básicamente dos clases: los que encaran un negocio por vocación y los que lo hacen por necesidad³.

Recientes estudios realizados sobre actividades emprendedoras centran su atención en la importancia del acceso a los recursos tales como el capital financiero y la información, sin embargo existen otros factores denominados “disposicionales” (Allen, 2008) relacionados con la condición social, el medio, lazos afectivos y los sociales, a partir de los cuales los individuos deciden iniciar un emprendimiento. Las diferencias de género también son un factor significativo y hasta ahora muy poco estudiado a la hora de analizar las diferentes variables que permitan arribar a aproximaciones para comprender mejor la actividad emprendedora.

Las mujeres de la región enfrentan barreras mucho más complejas en la participación de la economía formal que sus contrapartes en países desarrollados —escasas políticas y programas de apoyo y estímulo a la actividad emprendedora, exceso de normativas y procedimientos, falta de acceso al crédito— y además existen diferencias entre ellas en los diferentes países de América Latina y el Caribe.

Por ello a la hora de diseñar programas de apoyo a la actividad productiva, es necesario tener en cuenta las realidades que atraviesa cada contexto en particular en lo referido a factores macroeconómicos, como así también las condiciones institucionales, de infraestructura, cuestiones normativas, crediticias y financieras de los diferentes países, ya que un mismo programa puede tener diferentes impactos y resultados en diferentes países.

2. Empoderamiento, autonomía económica y equidad. ¿Dónde estamos hoy?

El empoderamiento⁴ y la autonomía económica de las mujeres son requisitos indispensables para el logro de la equidad de género y se encuentran estrechamente relacionadas con sus posibilidades de participar en el mercado de trabajo.

Las experiencias de las últimas décadas indican que la equidad de género se basa necesariamente en una relación equilibrada entre hombres y mujeres, en todos los ámbitos: político, económico y social y que una de las formas de lograr un “desarrollo sostenible” es potenciar la contribución de la mujer en la formulación de políticas y en la toma de decisiones y su acceso en los beneficios del desarrollo en todos sus aspectos, empleo remunerado, incorporación a actividades productivas, acceso a la educación, salud, ciencia y tecnología.

El concepto de empoderamiento, posibilita comprender mejor el proceso por el cual varones y mujeres ganan y hasta negocian, entre ellos y con los demás, un mayor control de sus vidas. Las condiciones para que exista empoderamiento pleno incluyen la creación de acceso a y control sobre

³ En relación al tema de las motivaciones, investigaciones realizadas señalan que para las mujeres, la necesidad de independencia es uno de los principales motivos para iniciar una actividad emprendedora (Ronstadt y cols., 1986). Es importante analizar múltiples variables al intentar realizar comparaciones sobre motivaciones diferenciales entre varones y mujeres para no caer en conclusiones simples y superficiales. La noción de independencia es importante, pero no siempre es el motivo principal para iniciar una actividad emprendedora. (Carter y Cannon, 1988)

⁴ Si bien existen diferentes definiciones sobre el término empoderamiento, para el presente Informe se considera empoderamiento de la mujer, al proceso en que la mujer alcanza el control de su propia vida y sus condiciones. Es un proceso de cambio de dependencia, marginalización e inseguridad a independencia, participación, toma de decisión y autoestima fortalecida. En sentido estructural, el empoderamiento de la mujer significa un cambio en las relaciones de poder dentro de la estructura social que tiene como resultados redistribución de poder y destrucción de estructuras patriarcales. <http://www.unfpa.org.bo/conceptos>

recursos y activos (materiales, financieros, de información) para posibilitar el efectivo aprovechamiento de espacios, derechos, organización y capacidades en competencia con otros actores (Montaño, 2005).

En el Informe de la CEPAL sobre Metas del Milenio (2005), se define autonomía como “el grado de libertad que una mujer tiene para poder actuar de acuerdo a su elección y no con la de otros. En este sentido, existe una estrecha relación entre la adquisición de autonomía de las mujeres y los espacios de poder que puedan instituir, tanto individual como colectivamente” (Naciones Unidas, p.114).

Esta autonomía es económica, física y política. En este Informe centraremos la atención en el aporte y la capacidad de las mujeres de generar sus propios ingresos a través de actividades productivas que posibiliten el logro de mayores niveles de autonomía, empoderamiento y disminución de las desigualdades.

Como señala Montaño (2005), el concepto de autonomía de las mujeres es importante como medida para evaluar el logro en el proceso de empoderamiento y superación de la exclusión social. Conocer en qué medida las mujeres son capaces de decidir autónomamente su participación en el mercado, en la política, en la vida pública, es imprescindible para analizar los logros en la equidad de género.

Por ello, el empoderamiento y la autonomía económica debe entenderse como algo más que el logro de una mayor participación en actividades productivas, incremento de ingresos, requiere de un análisis integral que posibilite integrar el trabajo productivo y reproductivo, de manera de posibilitar a las mujeres un mayor poder de decisión sobre el destino de los recursos, disponiendo de un mayor grado de autonomía económica.

3. Entendiendo las realidades de las mujeres de la región

En la mayoría de los países de la región, la posibilidad de las mujeres de optar por un trabajo remunerado se encuentra limitada por la responsabilidad de compatibilizar el mundo público con el privado, el trabajo remunerado en el mercado y el no remunerado en la esfera privada. La posibilidad de trabajo independiente y el potencial de los emprendimientos, ha sido planteada desde distintos ámbitos como una oportunidad que les permite mayores posibilidades de manejo del tiempo y a su vez generación de ingresos propios.

¿Qué posibilidades brinda a las mujeres la actividad emprendedora? ¿Les ofrece realmente una alternativa a los obstáculos y condicionantes que todavía persisten en el mercado laboral o simplemente reproduce las asimetrías que persisten bajo una forma diferente? ¿Ofrece un medio por el que puedan mejorar su calidad de vida (sobre todo en relación con otros compromisos) o sencillamente incrementa su carga de trabajo? ¿Existen estímulos suficientes en términos de políticas públicas para incentivarlas a que desarrollen sus propios emprendimientos o los obstáculos son tanto o más importantes que los que existen dentro del mercado laboral formal?.

Aunque en los últimos años se observa una participación más activa de mujeres en actividades productivas independientes, es escaso el conocimiento que se posee sobre el heterogéneo universo de mujeres que se desempeñan dentro del sector no asalariado en la región. Por otra parte, existen diferentes clasificaciones y definiciones desde el punto de vista económico, de gestión, estadístico, que intentan analizar las especificidades de las actividades productivas teniendo en cuenta la necesidad de diferenciar las características de las empresas y de las personas involucradas y sus ocupaciones. A los efectos de identificar las realidades y aportes de las mujeres dentro de estas actividades, el informe centrará el análisis en emprendedoras y micro emprendedoras; esta última categoría asociada fundamentalmente al “sector informal”⁵.

⁵ Si bien no existe una línea divisoria estricta entre sector formal e informal, recientes estudios señalan que el trabajo enmarcado en la economía en su conjunto se dispersa en una secuencia lineal «informal-formal» en la que un mayor grado de formalidad tiende a indicar una regulación más efectiva y un mayor disfrute de los derechos, la protección social y el poder de negociación colectiva (Chant y Pedwell, 2008).

Recientes estudios (Chant y Pedwell, 2008), utilizan el término “economía informal” en lugar de “sector informal”, reflejando la necesidad de incluir tanto a los trabajadores por cuenta propia como a trabajadores asalariados en el debate y el análisis del trabajo informal. Este término también remite a la forma en que el trabajo informal se transversaliza con una serie de sectores y áreas de trabajo y no debería analizarse como una dicotomía sino como una estrecha relación.

Si bien es necesario identificar los diferentes tipos de actividades que incluyen cada una de las categorías —formal/informal; asalariado/no asalariado—, para obtener mayores precisiones sobre el estado de situación dentro del mercado laboral, esto no debería encerrarnos en dicotomías o compartimientos estancos, que muchas veces impiden el análisis de realidades muy complejas y multidimensionales.

Por otra parte, tradicionalmente dentro de los estudios económicos y de management, “el hombre económico” aparece como la norma. Por tradición y cultura, el mundo empresarial y de las decisiones económicas, es un mundo masculino. Son escasas las referencias y autores que han abordado estas disciplinas desde una perspectiva de género, analizando las implicancias, diferencias, aportes e impactos que provoca la incorporación de mujeres al ámbito productivo y más específicamente a la actividad emprendedora.

Históricamente la mayoría de las instituciones fueron fundadas por hombres y reproducen las relaciones de género que existen en las sociedades donde se desarrollan. El mercado, por otra parte también refleja las asimetrías de género al asociarse con la vida pública, es considerado el lugar donde de manera racional y autónoma, los individuos realizan transacciones y responde a reglas “supuestamente neutras” en términos de género.

Lo cierto es que la perspectiva de género en el análisis del mercado laboral, posibilita considerar las desigualdades que aún persisten en la mayoría de las sociedades y además analizar los aportes diferenciales que realizan mujeres y varones a la economía; las actividades visibles e invisibles que llevan a cabo y no son registradas ni valoradas en términos económicos.

Existe una agenda de temas relacionados con la incorporación plena de mujeres a las actividades productivas que incluyen diferentes actores y escenarios. Desde las políticas públicas resulta necesario, definir lineamientos y programas que respondan a las demandas específicas de las mujeres, no solo de servicios sino también de acceso a la información, espacios de participación, estímulo y articulación de diferentes iniciativas emprendidas por organizaciones de mujeres, alentando alianzas entre diferentes instituciones, que pueden resultar vitales para fortalecer el proceso emprendedor en los distintos espacios locales de la región.

La experiencia internacional muestra un menú variado de propuestas que incluye políticas afirmativas de participación e igualadoras de condiciones y resultados laborales por género. A la hora de definir programas y políticas que estimulen la actividad emprendedora en mujeres es necesario tener en cuenta que, incorporar la perspectiva de género en el desarrollo productivo, no significa estimular proyectos para mujeres exclusivamente, sino trabajar con vistas a establecer relaciones de equidad y solidaridad entre varones y mujeres, considerando las reales posibilidades de ellas para su incorporación plena al desarrollo de la región.

Por ello es necesario, entender las características diferenciales del mercado de trabajo y de las actividades económicas donde participan varones y mujeres, identificando las habilidades y restricciones de ellas (tiempo, responsabilidades en el hogar, familiares a cargo) para instrumentar programas y estrategias adecuadas que puedan contribuir al empoderamiento de las mujeres, tanto a nivel individual como colectivo y de esta forma ir avanzando en una agenda de temas que permitan estimar y definir cuáles son las mejores estrategias para superar las diferencias que aún persisten en la región.

El desarrollo económico y social con equidad requiere incorporar las experiencias pasadas y presentes, para el diseño de marcos integrales de política pública, aprovechando nuevas formas de asociación entre organizaciones de la sociedad civil y redes de mujeres, incorporando la perspectiva de género en ellas. En general en los sectores considerados “duros” como son los económicos, existe escaso

conocimiento sobre el tema, tanto desde las instituciones del estado como en la sociedad civil y en particular entre el empresariado, los sindicatos y las organizaciones y cámaras empresariales.

Asociado con estas realidades, tradicionalmente ha existido en América Latina y el Caribe, una falta de articulación entre la producción de conocimiento que se realiza en distintos ámbitos académicos sobre actividades empresariales, la formulación de políticas públicas y las organizaciones de la sociedad civil.

Desde los gobiernos existen diferentes iniciativas tendientes a estimular políticas activas de desarrollo productivo que posibiliten el logro de la autonomía económica y generación de ingresos propios de las mujeres. Por otra parte, las organizaciones y redes de mujeres han ganado un lugar importante en lo relativo a brindar apoyo, sustento y empoderamiento a muchas mujeres, brindando capacitación, asesoramiento y acercamiento al mundo productivo. El problema, es que muchas de estas iniciativas que provienen de múltiples y fragmentados actores no son todavía la norma; aparecen y son destacadas como excepcionales (Rao, 2005).

Uno de los desafíos que enfrenta la región en lo relacionado con el desarrollo con equidad, está referido a la necesidad de articular políticas y programas en marcha, el diseño de nuevas e innovadoras estrategias de intervención que posibiliten el aprovechamiento pleno de los recursos productivos y humanos con que cuenta la región y el involucramiento activo de las organizaciones de mujeres en las diferentes instancias institucionales relacionadas con el desarrollo productivo.

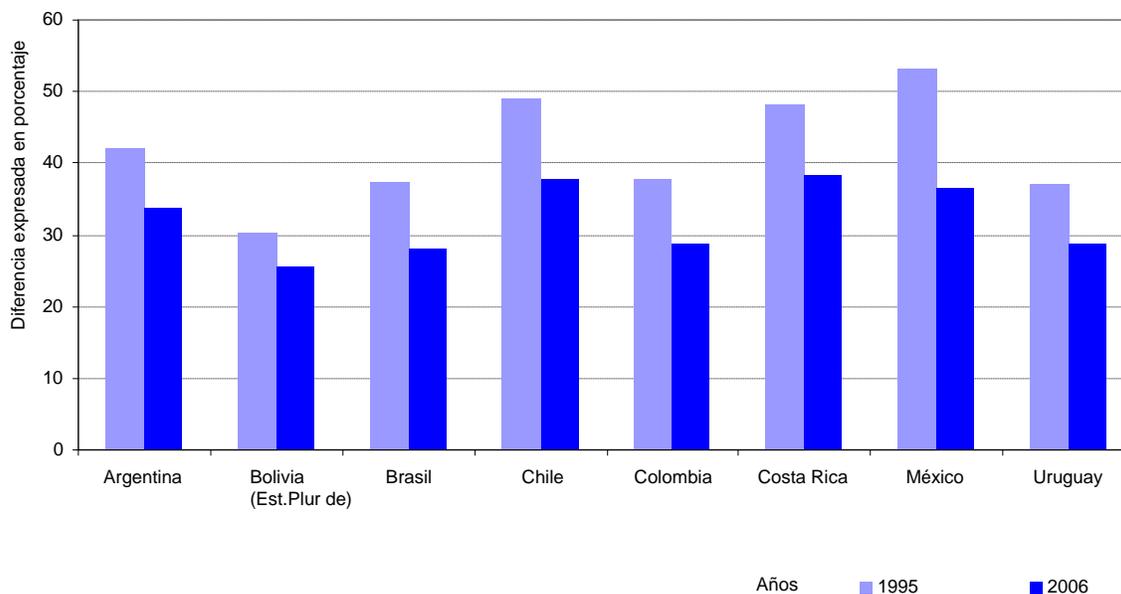
III. La caracterización de las mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: cifras que invitan a pensar

La incorporación masiva de mujeres al mercado de trabajo, es generalizada en la mayoría de los países del mundo occidental y es uno de los fenómenos más significativos de las últimas décadas. Las tendencias en las series disponibles para la región muestran un aumento en la participación femenina⁶ en el mercado laboral durante los últimos años. Cifras globales indican una participación del 56% para las mujeres y del 81% para los hombres y, a su vez, la tasa de actividad sube más de diez puntos porcentuales cuando se calcula sólo para las mujeres con mayor grado educación (67,3%) (CEPAL, 2005).

Las diferencias en las tasas de participación de varones y mujeres han disminuido en la mayoría de los países de la región durante la última década en el Estado Plurinacional de Bolivia, Brasil y Colombia son los países que presentan las menores diferencias entre varones y mujeres en 2006, mientras persisten aún amplias diferencias en México, Chile y Costa Rica, tal como se aprecia en el gráfico 1.

⁶ La participación de la población en el mercado de trabajo es la medida más aproximada de la oferta laboral y corresponde a la población que trabaja o busca empleo con relación a la población que está en edad de trabajar, o a la población total.

GRÁFICO 1
DIFERENCIA ENTRE LA TASA DE PARTICIPACIÓN DE VARONES Y MUJERES
POR PAÍSES, 1995-2006
(Valores porcentuales)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de tabulaciones especiales de las encuestas de hogares de los respectivos países. Los datos corresponden al año 2006 para todos los países menos el Estado Plurinacional de Bolivia, Colombia y Uruguay (2005), Chile (2004).

Dado que las mujeres participan cada vez más del mercado de trabajo, la pregunta que surge es en qué trabajan. Los informes de la CEPAL (2005;2007) muestran que la afluencia cada vez mayor de mujeres en el mercado de trabajo en América Latina y el Caribe está concentrada en trabajos precarios, mal remunerados y de baja productividad. Estudios recientes estiman que el 50% de las trabajadoras no agrícolas de América Latina pertenecen o pertenecerían al sector informal, en comparación con el 44% de los varones (Abramo y Valenzuela, 2006) y que aun persisten significativas diferencias de participación laboral entre varones y mujeres en diferentes sectores de actividad, manteniéndose la segregación de género en ocupaciones de baja productividad⁷.

Si se analiza la composición por sectores de actividad —la composición sectorial dentro del mercado de trabajo—, se puede comprobar que existen diferencias significativas en relación al género. Como ocurre en la mayoría de los países, es habitual encontrar sectores de actividad dominados por hombres y otros dominados por mujeres. Tal como puede observarse en el gráfico 2 en promedio la proporción de empleadores/as es de 74% varones y 26% de mujeres en zonas urbanas de diferentes países⁸, siendo ésta la categoría donde menos representadas se encuentran las mujeres dentro de las diferentes categorías ocupacionales⁹.

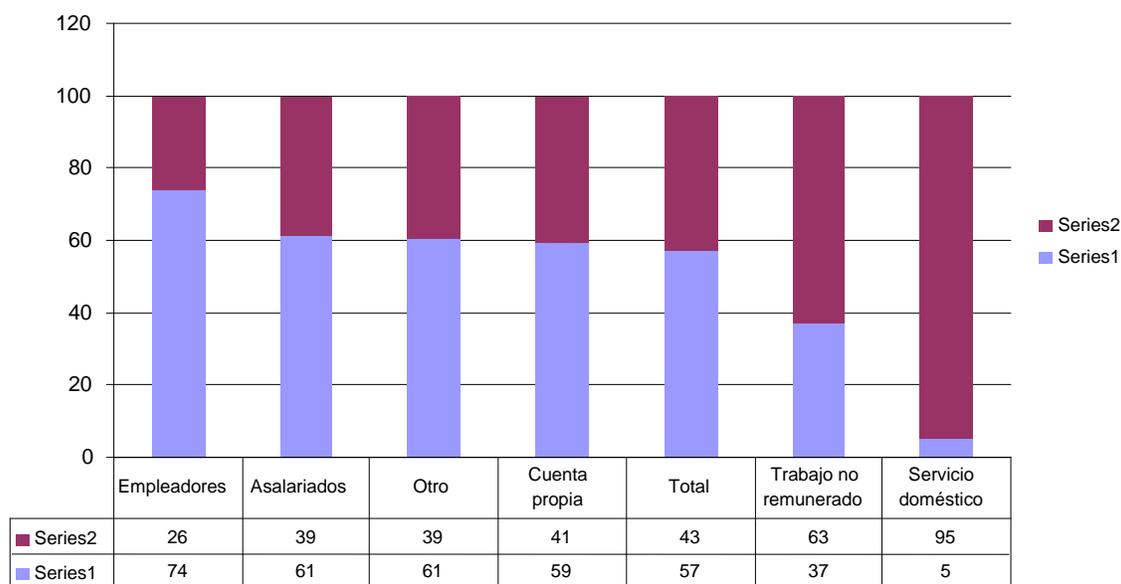
⁷ Se entiende como ocupada en el sector de baja productividad (informal) aquella persona que es empleador o asalariado (profesional y técnico o no) que trabaja en empresas con hasta cinco empleados (microempresas), que trabaja en el empleo doméstico o que es trabajador independiente no calificado (cuenta propia y familiares no remunerados sin calificación profesional o técnica).

⁸ En muchos casos, los datos no siempre logran captar la dimensión tamaño del establecimiento —que es el que posibilita clasificar a los dueño(a) s de PYMES o microempresas—.

⁹ Los perfiles que se presentan en el documento provienen de información de encuestas de hogares en 17 países de América Latina y el Caribe (CEPAL), y es necesario tener en cuenta que contiene una selección de indicadores de empleo referidos a las áreas urbanas en la mayoría de los casos y calculados a partir de datos muestrales expandidos de una población económicamente activa de 15 años y más. En dichas encuestas, la vivienda suele ser la unidad de selección, ya que dentro de ella se encuentran él o los hogares,

Entre los asalariados, la distribución porcentual por sexo es de 61% de varones y 39% para mujeres, similares proporciones se presentan dentro del sector cuentapropismo. Las diferencias más amplias se observan en el servicio doméstico, donde el 95 % está representado por mujeres y el trabajo doméstico no remunerado, donde las mujeres representan más del 60%.

GRÁFICO 2
AMÉRICA LATINA (PROMEDIO PONDERADO 17 PAÍSES), ZONAS URBANAS,
COMPOSICIÓN PORCENTUAL POR SEXO DE LOS OCUPADOS SEGÚN CATEGORÍA
OCUPACIONAL, ALREDEDOR DE 2005



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de tabulaciones especiales de las encuestas de hogares de los respectivos países.

Estas cifras permiten apreciar que dentro del mercado de trabajo, persiste la segregación ocupacional tanto entre asalariados como no asalariados y estas desigualdades se traducen en mayores porcentajes de mujeres en sectores informales. Si bien muchas se han incorporado a actividades por cuenta propia, esta situación suele encubrir trabajo informal que se caracteriza por bajas remuneraciones, deficientes condiciones laborales y ausencia de protección social, situación especialmente crítica para quienes se encuentran en la economía informal, no solo por la inseguridad en el empleo e ingresos, sino porque tienen mayores probabilidades de estar expuestos a riesgos en la salud y la seguridad en el trabajo (OIT, 2008).

Además, la alta proporción de mujeres en el trabajo doméstico no remunerado (63%) supone un grado importante de dedicación, entrega y tiempo. que implica cuidar y atender a los otros, lo que impacta en las posibilidades de autonomía económica.

1. ¿Qué sabemos de las emprendedoras de la región?

La llegada de mujeres a las pequeñas y medianas empresas, ya sea como fundadoras o como socias, ha provocado interés en distintos ámbitos por conocer sus características, formas de acceso, tipo de emprendimiento que desarrollan y sobretodo el aporte que pueden realizar al crecimiento productivo de los diferentes países donde actúan. Hasta el momento, es escasa la información y conocimiento en

unidades de observación. La definición de hogar comúnmente utilizada en las encuestas de hogares corresponde a "una persona o conjunto de personas emparentadas o no entre sí, que residen habitualmente en la vivienda y se asocian para atender sus necesidades de alimento y de otros bienes y servicios esenciales".

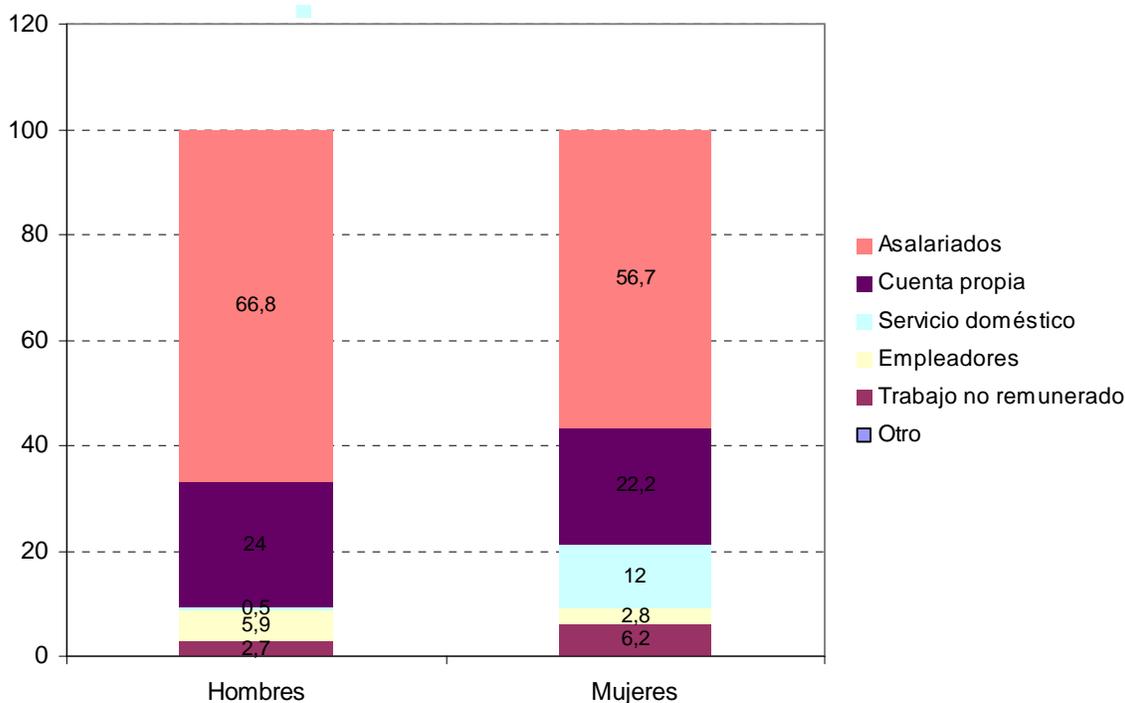
profundidad que se dispone sobre sus realidades dentro de actividades emprendedoras, que posee múltiples variantes y muchas veces resulta complejo obtener información sobre ellas.

Los y las emprendedores son individuos que comienzan nuevas empresas y son cruciales para el crecimiento y desarrollo de los países. La habilidad emprendedora consiste en la capacidad de una persona de identificar y aprovechar oportunidades que le permitan iniciar un emprendimiento. La o el fundador de un emprendimiento lleva a cabo sus iniciativas haciendo uso de su conocimiento, experiencia, red de contactos, recursos económicos u otros activos necesarios, ya sea que estén bajo su control o que accedan a ellos por otros medios.

Diferentes estudios (Kantis, 2004; Fayole y Bruyat, 2002) señalan que los economistas han tendido a aproximarse al tema de la creación de empresas desde una visión centrada fundamentalmente en el rol del emprendedor (el qué), las ciencias humanas ponen su énfasis en los aspectos personales (quién y por qué), mientras que las ciencias administrativas y de gestión se han centrado en el proceso (el cómo). Como señalamos anteriormente, todas estas corrientes tienen presente la figura del varón a cargo de un emprendimiento, sus capacidades para asumir riesgos, tolerar la ambigüedad y turbulencia de los mercados, sus habilidades, motivaciones, características y formas de gerenciar.

Hasta el momento la situación y características particulares y distintivas de las mujeres emprendedoras ha sido poco explorada en la región, en parte debido a su escasa participación dentro de actividades productivas y por otra parte, porque la mayoría de los estudios sobre el tema enfocan su atención en aspectos referidos a los procesos (el cómo) y a las características de las empresas en sí mismas (tamaño, sector, productividad, grado de innovación), sin tener en cuenta las especificidades de género. Sin embargo, algunos diagnósticos exploratorios permiten ir aproximando ciertas realidades como se analiza a continuación.

GRÁFICO 3
AMÉRICA LATINA (PROMEDIO PONDERADO 17 PAÍSES), ZONAS URBANAS, CATEGORÍA
OCUPACIONAL POR SEXO DE LOS(AS) OCUPADOS(AS) ALREDEDOR DE 2005
(En porcentajes)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de tabulaciones especiales de las encuestas de hogares de los respectivos países.

A pesar de que las empleadoras son una pequeña minoría dentro de las categorías ocupacionales y la diferencia con los varones es significativa, ellas representan en la región una proporción mayor al promedio mundial (1,8%) (OIT, 2008), tal como se observa en el gráfico 3.

La segmentación del mercado laboral aporta elementos importantes para analizar la desigualdad entre sexos en el mundo del trabajo. Si bien, no resulta suficiente para comprender totalmente los procesos de segregación de actividades y ocupaciones “masculinas” y “femeninas”, permite apreciar que persisten determinados sectores donde la presencia de mujeres es muy escasa¹⁰. Por ejemplo, el porcentaje de hombres empleadores entre los ocupados duplica al respectivo porcentaje de mujeres (5,9% de varones y 2,8% de mujeres).

Resulta significativo considerar que cerca de la cuarta parte de las mujeres que trabajan en la región son trabajadoras por cuenta propia (22%) y lo más probable es que estas mujeres ofrezcan servicios en el sector informal, donde los ingresos varían en el día a día y la falta de sistemas de apoyo social las hace más vulnerables a las variaciones de mercado. Si además consideramos el servicio doméstico (12%) y el trabajo no remunerado (6,2%), veremos que el 40 % del sector informal está compuesto por mujeres y el 27% por varones.

Al analizar la situación de las mujeres en las actividades empresariales y/o independientes, es necesario considerar el heterogéneo grupo que constituyen las pequeñas y medianas empresas, no sólo por tamaño, sino por tipo de constitución —origen del capital, composición, si son empresas familiares por ejemplo, donde en general participan las mujeres de manera invisible, por rama de actividades— para poder ir acercando mejores diagnósticos sobre las realidades actuales.

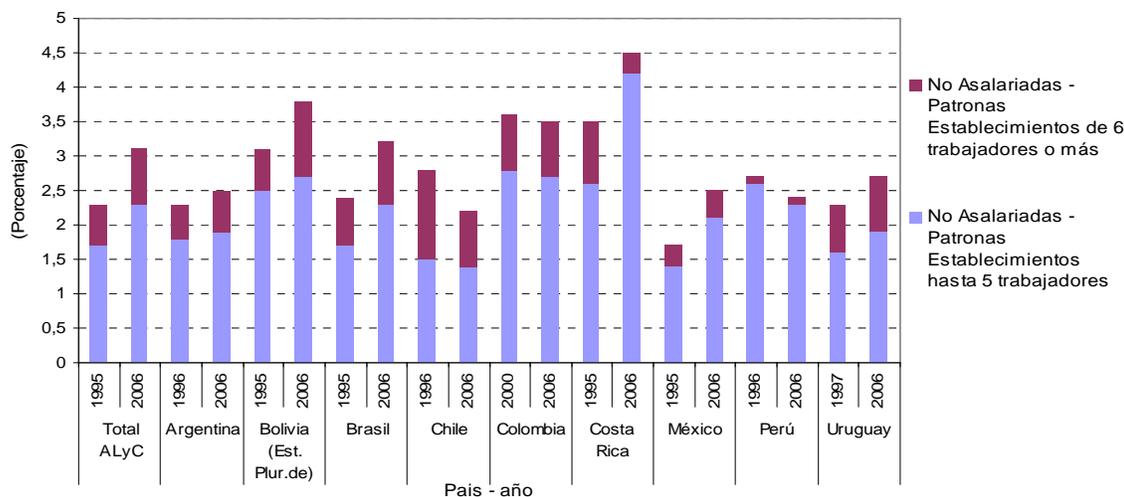
Diferentes estudios realizados señalan que la información de las encuestas de hogares permite identificar indicadores de calidad del empleo, tales como la regularidad de la inserción, el acceso a la protección frente a contingencias y el grado de autonomía de los trabajadores independientes; no obstante para obtener diagnósticos más precisos acerca de las características de cada sector, es necesario contar con mayores herramientas de análisis cuantitativo como encuestas a empresas, que posibiliten desagregar al interior de cada categoría, diferentes dimensiones que reflejen la heterogeneidad de los sectores y analizar como se reinstalan las diferencias de género al interior de los mismos (Cortés, 2000; Bruschini, 2000; Todaro, 2000).

Los datos relativos a nueve países seleccionados de América Latina indican que para el año 2006, la participación de las trabajadoras no asalariadas en el total de la fuerza de trabajo oscilaba entre un mínimo de 2,1 a 2,3% en México, Uruguay, Chile, el Estado Plurinacional de Bolivia y un máximo de 4,6% en Costa Rica. En el resto de los países, las cifras varían entre 2,3 y 3,3%. Las mujeres se encuentran representadas en mayor proporción que los varones, en establecimientos considerados de baja productividad (menos de cinco trabajadores), en todos los países analizados.

¹⁰ Desde los estudios de género, se incorporan factores externos al mercado de trabajo en la explicación de las causas de la segregación, asignando un fuerte peso a los roles de género diferenciados a través de procesos de socialización y pautas culturales instaladas en la mayoría de las sociedades (Anker, 1997, 1997; Osborne, 2005). Estas líneas de estudio avanzan analizando cómo los estereotipos de género instalados en la sociedad se trasladan a las ocupaciones y los mercados laborales. Así, los atributos positivos asociados a las mujeres contribuyen a considerarlas adecuadas para desarrollar ocupaciones relacionadas con el cuidado, la salud, la educación, el servicio doméstico, el comercio y ocupaciones administrativas, entre otras (Anker, 1997).

Los estereotipos sexuales en relación a los trabajos y carreras que poseen la mayoría de las sociedades, cristalizan exactamente en las ocupaciones y profesiones típicamente femeninas y masculinas. Las realidades del mercado laboral indican que en la mayoría de los países existe una considerable similitud en la tipificación sociosexual de las ocupaciones, la cual genera y refuerza los estereotipos de género.

GRÁFICO 4
TRABAJADORAS NO ASALARIADAS, SEGÚN TIPO DE ESTABLECIMIENTO EN ALGUNOS PAÍSES SELECCIONADOS. 1995-2006



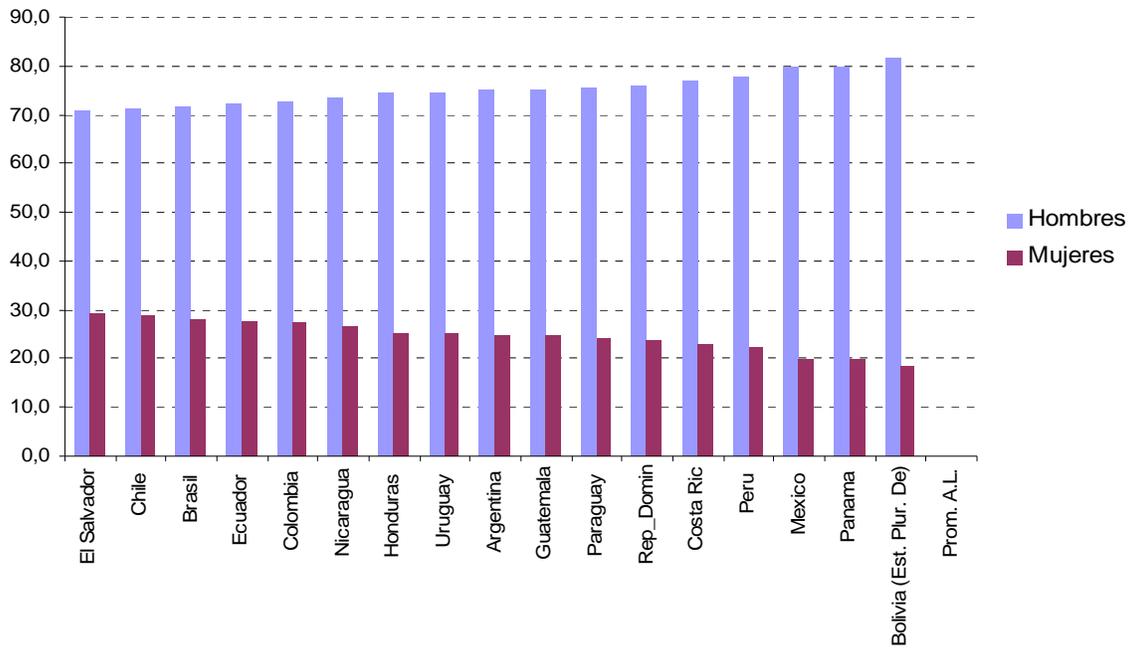
Fuente: Organización Internacional del Trabajo (OIT), Panorama Laboral de América Laboral de América Latina y el Caribe, 2007.

Según información disponible para diferentes países de la región, existe una mayor proporción de empleadoras en zonas urbanas (26%) respecto de las rurales (15,7%). Los porcentajes más altos de empleadoras encuentran en El Salvador (29%), Chile (28,8%), Brasil (28,2%), Ecuador (27,9%), Colombia (27,4%) en tanto otros países registran cifras por debajo del promedio como es el caso de el Estado Plurinacional de Bolivia (18,2%), Panamá (19,9%), México (19,9%), como se puede apreciar en el gráfico 5.

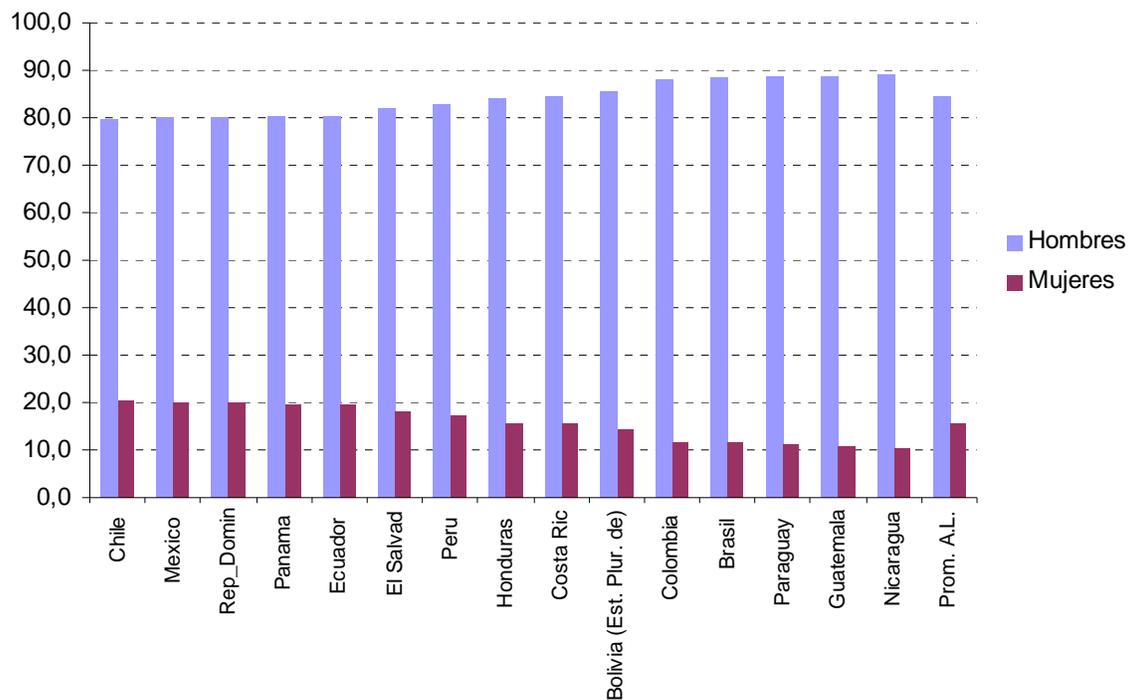
La información presentada confirma que las tasas de participación de mujeres en el mercado laboral se han incrementado durante la última década en la mayoría de los países de la región, sin embargo persiste la segregación por género en ocupaciones de baja productividad. Ellas siguen concentradas mayoritariamente, en áreas de la economía informal, como el trabajo doméstico, trabajo familiar no remunerado, ocupaciones que ofrecen un empleo precario, de baja calidad, irregular o sin remuneración, por lo cual tienen escaso o nulo acceso a la seguridad social o a la protección social.

Puede apreciarse que es aún muy escasa la proporción de mujeres empleadoras en la mayoría de los países de la región, siendo ésta categoría ocupacional la que presenta la menor participación de mujeres entre las diferentes categorías.

GRAFICO 5
AMÉRICA LATINA (TOTAL 17 PAÍSES). EMPLEADORAS(ES), DATOS EXPANDIDOS, DISTRIBUCIÓN Y COMPOSICIÓN POR SEXO, PAÍSES Y ZONAS URBANA Y RURAL. ALREDEDOR DE 2005
(Urbana)



(Rural)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de tabulaciones especiales de las encuestas de hogares de los respectivos países.

A partir de estas realidades, resulta necesario tener en cuenta las especificidades que enfrentan las mujeres respecto de los varones, al analizar las distintas alternativas que ofrece el mercado laboral. En el sector asalariado formal, es posible obtener protección social, importantes derechos sociales —licencias maternales, acceso a guarderías, acceso a la seguridad social—, que posibilitan mayor estabilidad y calidad de los empleos respecto del sector no asalariado.

Sin embargo, el concepto de división sexual del trabajo permite analizar con mayor claridad los roles sociales diferenciados por sexo que persisten en el mercado laboral, y esta división, establece sobre todo relaciones jerárquicas de poder que encasillan a la mayoría de las mujeres a la ejecución de tareas sin visibilidad ni reconocimiento social.

En el ámbito público, en igualdad de condiciones educativas, de trayectoria y antecedentes con relación a los varones, las mujeres ocupan empleos más precarios y peor remunerados. El círculo vicioso de la desigualdad generada por la obligatoriedad social del trabajo doméstico, particularmente de cuidado, atribuida a las mujeres, explica en gran medida la ausencia de éstas en lugares de toma de decisiones en la mayoría de las organizaciones.

La segregación ocupacional, —horizontal y vertical— que persiste en el mercado laboral, impide el acceso a mejores posiciones de decisión, autonomía, remuneraciones.

Los estereotipos de género¹¹ también condicionan, en gran medida, las oportunidades y las posiciones que varones y mujeres desempeñan en el mundo público. A su vez, estos estereotipos se reproducen al interior de las organizaciones, estableciendo en muchos casos, qué tipo de ocupaciones, funciones y cargos pueden ser ejercidos o son los más apropiados para los distintos sexos.

¿Cuando una mujer “elige” un trabajo no asalariado, independiente, emprendedor, es ella quien realmente toma esa decisión? ¿O son las condiciones del medio, la necesidad, la que impulsa esta alternativa? Por supuesto, todas estas dimensiones no pueden ser captadas por la información estadística disponible. De allí que, para obtener mayores precisiones sobre las razones que llevan a las mujeres a realizar trabajos dentro del sector no asalariado, será necesario disponer de encuestas de tipo cualitativo que permitan una mejor aproximación a las complejas realidades del mundo laboral y en especial a las oportunidades que puede brindar la alternativa emprendedora.

Diferentes estudios han destacado la menor propensión de las mujeres a participar de las iniciativas empresariales, recomendando fomentar “la actividad emprendedora” de las mujeres. Para ello resulta indispensable investigar y comprender en profundidad la naturaleza de las posibles barreras que ellas deben enfrentar para poder identificar las estrategias claves para eliminarlas y facilitar la igualdad de oportunidades entre los géneros (Reynolds, 2000; Weeks y Seiler, 2001).

2. Perfiles de las emprendedoras

En diferentes países de la región, la alternativa emprendedora y el autoempleo se convierten en muchos casos en una estrategia de supervivencia, sobre todo en períodos de crisis y desempleo, para aquellas que no encuentran otra forma de obtención de ingresos.

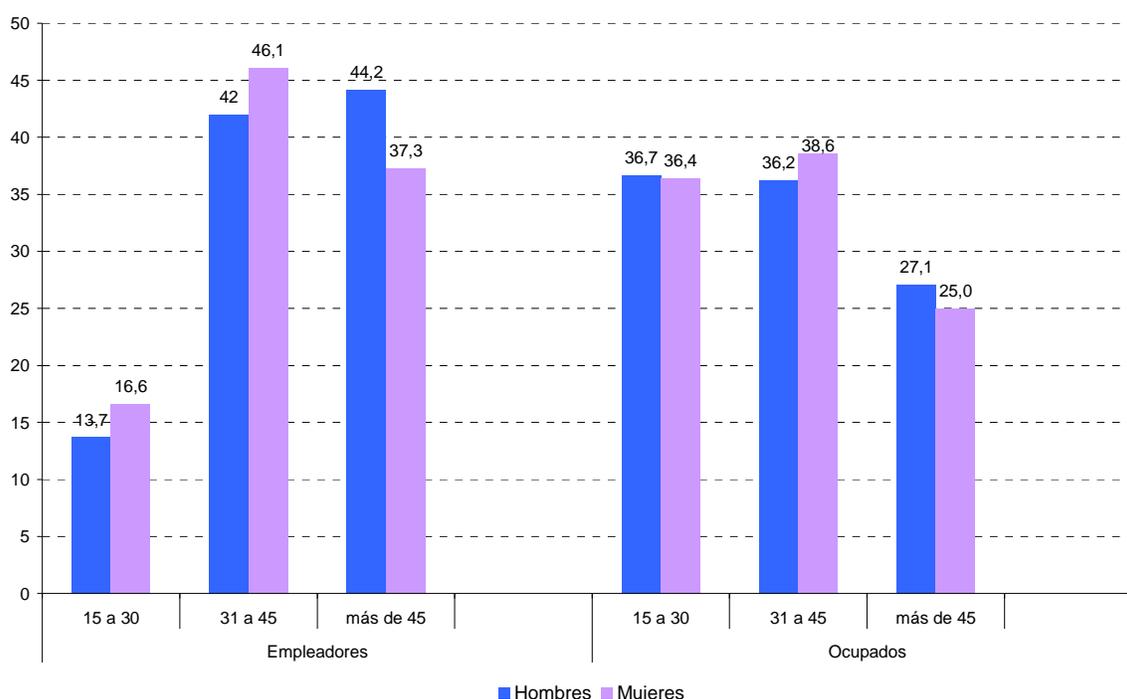
Frecuentemente, las emprendedoras comienzan la actividad por el deseo de poner en práctica alguna idea innovadora, cubrir un nicho específico del mercado o la necesidad de generar sus propios ingresos. En algunos casos —sobre todo las profesionales— deciden por esta alternativa ante la imposibilidad de ascender en sus carreras laborales dentro de una organización o encontrar un trabajo acorde con sus habilidades y contar además con mayor flexibilidad horaria que les posibilite compatibilizar trabajo y familia, así como ganar mayor independencia (Marshall, 1995).

¹¹ Los estereotipos de género pueden definirse como las generalizaciones que se utilizan para dar sentido al complejo universo social. En algunos casos sirven para diferenciar grupos diferentes de personas, en el caso de los estereotipos de género, entre varones y mujeres, pero ellos se encuentran intersectados además por otros estereotipos sociales como la clase, la raza, la etnia.

La información disponible permite apreciar la composición por grupos de edad de empleadora/es y ocupado/as y resulta interesante observar que al comparar las mujeres ocupadas en general con las empleadoras, se observa una sobre representación de empleadoras dentro del grupo entre 31 a 45 años (46%) en relación a las ocupadas en general (38,6%). Es importante considerar que dentro de este grupo, la edad productiva y reproductiva se yuxtaponen.

Dentro del grupo más joven —de 15 a 30 años— es menos frecuente observar empleadores, tanto en varones como en mujeres, sin embargo ellas están representadas en mayor proporción en relación a sus pares masculinos, tal como se observa en el gráfico 6.

GRÁFICO 6
TOTAL PAÍSES, ZONAS URBANAS
DISTRIBUCIÓN DE EMPLEADORES(AS) POR TRAMO DE EDAD. 2005



Fuente: CEPAL, sobre la base de tabulaciones especiales de las encuestas de hogares de los respectivos países

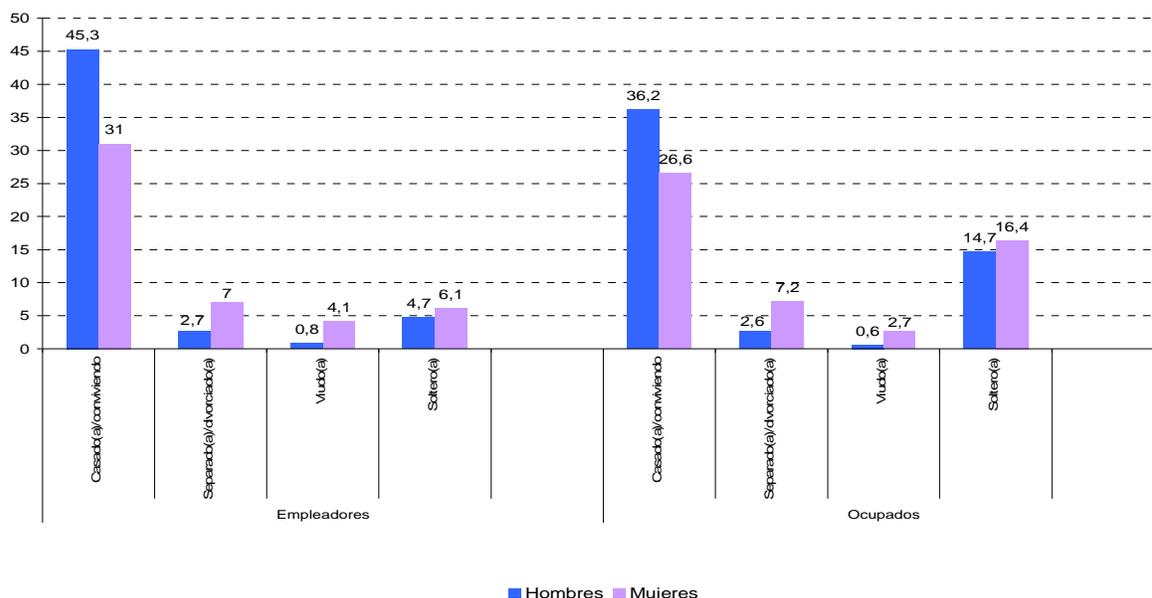
Esta mayor proporción de empleadoras jóvenes en la región, coincide con tendencias observadas en otras sociedades más desarrolladas donde, entre las jóvenes generaciones de profesionales —25 a 35 años— la alternativa de trabajo por cuenta propia surge como una posibilidad de entrada al mercado laboral (Heller, 2001; Zabludovsky, 2001). Por otra parte, dado que la inserción de las mujeres dentro del ámbito de las empresas es relativamente reciente, resulta comprensible encontrar con menor frecuencia mujeres en los tramos de edad más avanzada.

Es importante tener en cuenta que existen diferencias entre las carreras empresariales y aquellas que se desarrollan dentro de una organización, como también es posible encontrar especificidades relacionadas con el género, tipo y tamaño de los emprendimientos, sectores de actividad, que es necesario analizar en profundidad a la hora de diseñar diferentes estrategias de desarrollo productivo para la región (Kanter, 1995).

La información relevada para 17 países de la región muestra otros aspectos de sus perfiles: el porcentaje de casadas es superior entre las empleadoras (31%) que entre el total de ocupadas en general

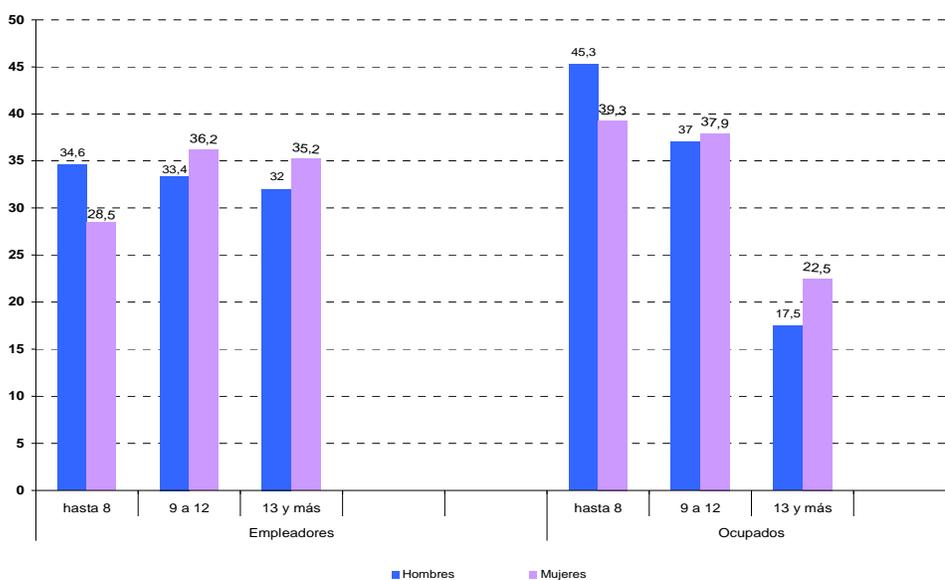
(26,6%) como se muestra en el gráfico 7, lo que puede estar indicando que la alternativa emprendedora brinda mayores facilidades para la compatibilización de los roles familiares y laborales, como lo señalan diferentes investigaciones realizadas en América Latina y el Caribe (Zabludsky, 2000).

GRÁFICO 7
TOTAL PAÍSES, ZONAS URBANAS. DISTRIBUCIÓN EMPLEADORES(AS)
Y TOTAL DE OCUPADOS (AS) POR ESTADO CONYUGAL. 2005



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de tabulaciones especiales de las encuestas de hogares de los respectivos países.

GRÁFICO 8
TOTAL PAÍSES, ZONAS URBANAS. DISTRIBUCIÓN EMPLEADORES(AS)
POR NIVELES DE ESCOLARIDAD. 2005



Fuente: CEPAL, sobre la base de tabulaciones especiales de las encuestas de hogares de los respectivos países

La información referida a niveles de escolaridad de lo/as empleadoras revela que las mujeres presentan mayores niveles de educación que los varones, tal como se muestra en el gráfico 8. Estas cifras coinciden con investigaciones realizadas en algunos países de América Latina y el Caribe (Zabludsky, 2001; Daeren, 2000), que muestran que las emprendedoras son más jóvenes y más educadas que los varones; asemejándose a lo que sucede con la población económicamente activa de la mayoría de los países de la región.

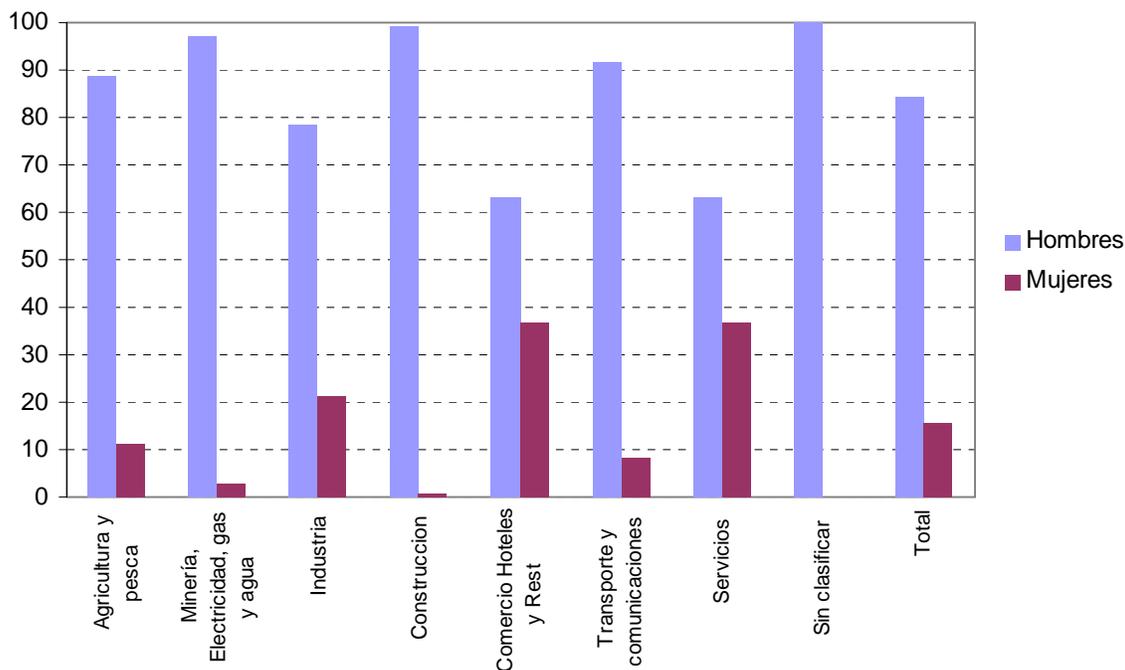
Es importante considerar que la opción empresarial, si bien supone asumir el costo de renunciar a una carrera profesional —especialmente entre la población de mayores niveles educativos— dentro del sector asalariado formal, tradicionalmente más estable y en algunos aspectos menos riesgoso que la alternativa no asalariada, puede llegar a brindar a las mujeres posibilidades de progreso y oportunidades a futuro, de convertirse en sus “propias jefas” y esquivar los laberintos y barreras que limitan sus posibilidades de desarrollo dentro del sector formal. (Kanter, 1995; Holmquist, 1996; Marshall, 1995).

Respecto de la distribución de las ramas de actividad donde participan lo(a)s empleadores, resulta interesante observar las diferencias que existen entre áreas urbanas y rurales: en las primeras, el 35 % de las empleadoras se encuentran dentro del sector servicios, seguido por actividades relacionadas con comercio, hoteles y restaurantes, mientras que en las zonas rurales, esta actividad es ocupada por casi la mitad de empleadoras mujeres, como se observa en el gráfico 9.

GRÁFICO 9
EMPLEADORAS(ES), DATOS EXPANDIDOS, DISTRIBUCIÓN Y COMPOSICIÓN
PORCENTUAL POR SEXO, ENCUESTAS DE HOGARES. ALREDEDOR DE 2005.

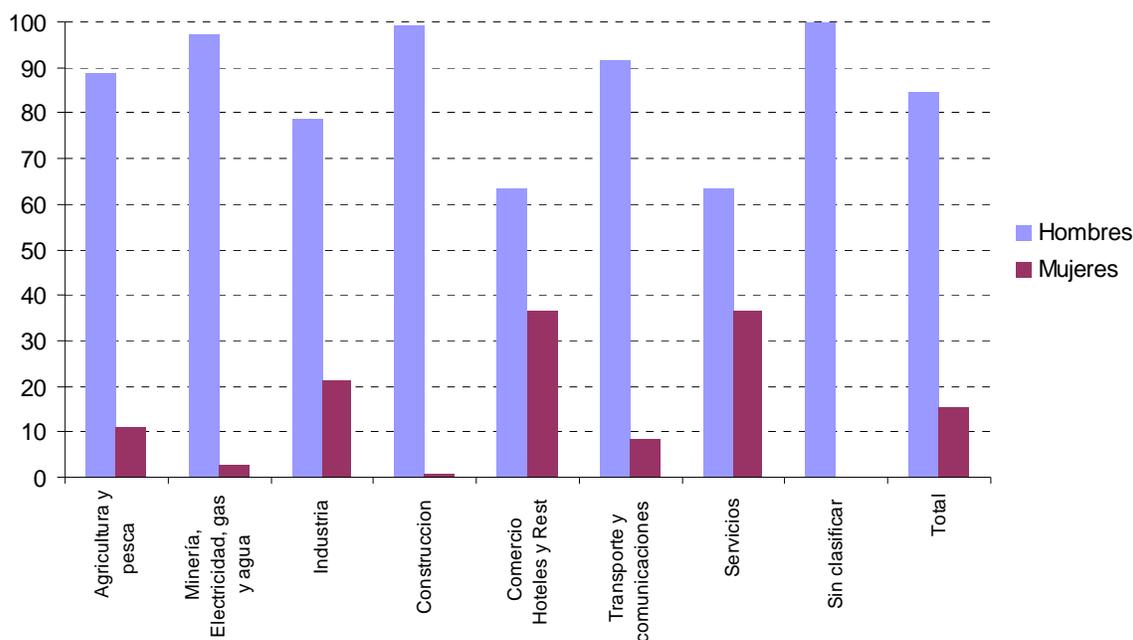
(Zona urbana y rural)

Urbano



(Continúa)

GRÁFICO 9 (Conclusión)
Rural

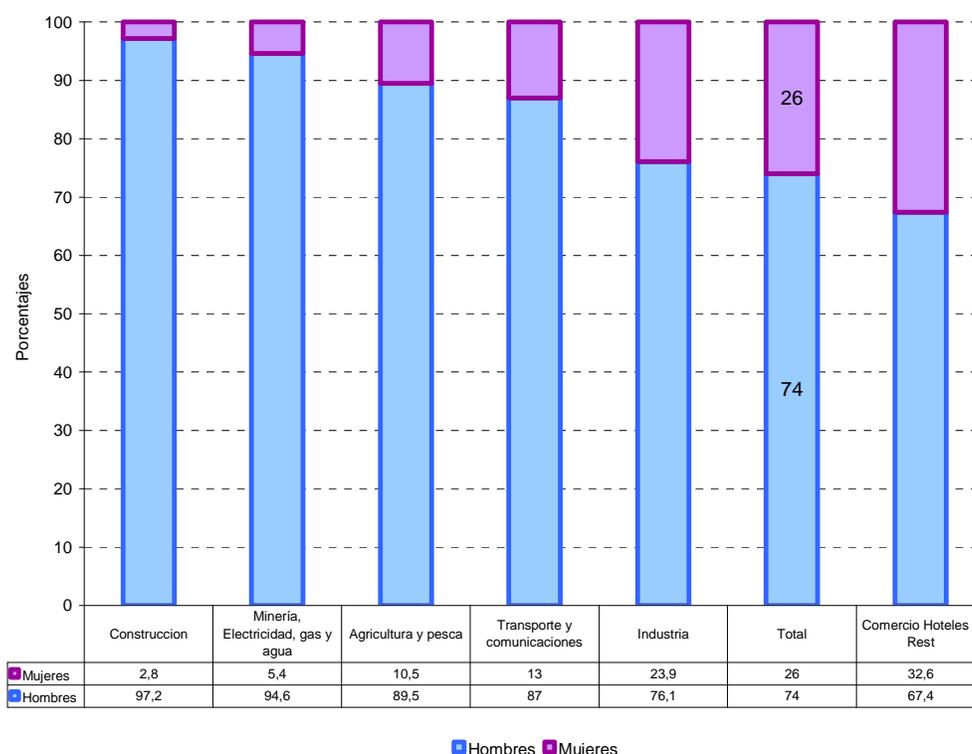


Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de tabulaciones especiales de las encuestas de hogares de los respectivos países.

Estas cifras coinciden con estudios llevados a cabo en América Latina y Europa (Zabludsky, 2001; Simpson, 1993; Holmquist, 1996) que muestran que las mujeres emprendedoras tienden a concentrarse en el comercio minorista y la amplia gama de variedades que abarca el sector servicios, en general asociadas a actividades femeninas: textiles, diseño, servicios relacionados con la educación. La información referida a 17 países de América Latina y el Caribe para el 2005, da cuenta de estas realidades, como se aprecia en el gráfico 10.

Las mujeres emprendedoras se concentran en general en pocos sectores de actividad y en muchos casos las actividades terciarias como el comercio y los servicios sirven de refugio para aquellas que no encuentran trabajo en actividades formales. La “preferencia” de las mujeres por el comercio y/servicios puede estar influida por las limitaciones que imponen otros sectores y las menores exigencias en términos de capital inicial e infraestructura que requiere esta rama de actividad (Valenzuela, 2005).

GRÁFICO 10
AMÉRICA LATINA (PROMEDIO PONDERADO 17 PAISES), ZONAS URBANAS
COMPOSICIÓN PORCENTUAL DE HOMBRES Y MUJERES ENTRE LOS EMPLEADORES
SEGÚN DE ACTIVIDAD ECONOMICA, ALREDEDOR DE 2005



Fuente: CEPAL, sobre la base de tabulaciones especiales de las encuestas de hogares de los respectivos países.

3. Algunas características de las microempendedoras

Tal como se señaló antes, resulta complejo conceptualizar la “microempresa”, pues es una categoría que revela una realidad y oculta otra, dando una ilusión de algo racional, manejable, formalizado y a su vez de muy pequeño tamaño –micro–. Si bien el concepto de lo que hoy denominamos microempresa ha existido desde siempre, ha comenzado a tener identidad definida entre finales de los años setenta y comienzos de los ochenta, con el crecimiento potencial del sector informal¹². En general el micro emprendimiento es una modalidad de pequeña empresa que presenta ciertas características particulares que la tipifican en el marco amplio de las pequeñas unidades productivas.

Si bien desde el punto de vista económico, no resulta fácil definir las, en principio podemos afirmar que no es simplemente una empresa incipiente de pequeño tamaño (medido en la forma tradicional de ventas o mano de obra ocupada). Un micro emprendimiento implica la detección previa de un nicho de mercado digno de ser explotado. A su vez, ese nicho debería responder casi siempre a una innovación (tecnológica, de comercialización o de servicios) que la o él emprendedor debe saber cómo explotar.

¹² Existe una diversidad de criterios para definir la categoría “microempresario(a). Estudios realizados por la Organización Internacional del Trabajo (Capt, 1998) que sistematizan los programas que apuntan al desarrollo de la capacidad empresarial de las mujeres, definen diversos conceptos como los de microempresas y empresario. Así, consideran que las microempresas abarcan el empleo por cuenta propia y las unidades que cuentan con un máximo de 10 trabajadores, entre ellos aprendices y trabajadores familiares, remunerados o no remunerados. En el caso de las pequeñas empresas, en número de trabajadores oscila entre 11 y 50. Estas cifras deben ajustarse según las condiciones y características de los diferentes países. En este informe nos referiremos a trabajadores por cuenta propia —unipersonales— como a aquellas que ocupan mano de obra remunerada o no, para definir la categoría.

Un micro emprendimiento puede evolucionar hacia una pyme o permanecer como microempresa, dependiendo de las diferentes realidades de los contextos económicos, las características de gestión de los mismos y las posibilidades de acceso a créditos.

Es importante tener en cuenta que existen diferencias ente micro y pequeñas empresas, ambas categorías abarcan un conjunto heterogéneo de unidades económicas, que requieren no sólo de políticas y estrategias diferentes sino también flexibles y focalizadas, de acuerdo a las necesidades de cada segmento y los contextos donde se desarrollan.

En general, las actividades micro empresariales se alejan de las características propias de una empresa: son más informales, discontinuas, ligadas a la supervivencia, flexibles, con escaso reconocimiento público, cuentan con propósitos múltiples y cambiantes, están sujetas a procesos de declinación y cambio de actividad. En la mayoría de los casos, son empresas de pequeña escala, ubicadas en el ámbito urbano o rural, con bajo número de trabajadores, de naturaleza privada, de propiedad individual o asociativa, con escaso capital —originado en ahorros personales o familiares— con incidencia, en ciertos casos, en el trabajo familiar, que producen bienes de consumo o prestan servicios en el medio de su radicación¹³.

Las investigaciones realizadas en América Latina, demuestran que un amplio porcentaje de mujeres desarrolla actividades relacionadas con micro emprendimientos y éstos constituyen una fuente importante de ingresos para sus hogares. La concentración de mujeres en este sector se atribuye a que acceden a la posibilidad de desarrollar un emprendimiento con facilidad debido a que existen pocas barreras en cuanto a requerimientos (niveles de escolaridad, requisitos legales, capital, otros). También indican, que su organización, por ser más flexible (muchas veces las actividades se realizan dentro del hogar y requieren de poca inversión), les permite compatibilizar el trabajo remunerado con las responsabilidades y tareas familiares que continúan estando a su cargo (Valenzuela, 2005).

Algunos estudios cualitativos sobre experiencias llevadas a cabo con micro emprendedoras en distintos países de América Latina (Red de mujeres en gestión de organizaciones, 2005; RIMISP, 2006).¹⁴ permiten apreciar que la posibilidad de realizar un trabajo independiente (en microempresas unipersonales o multipersonales) reporta para las mujeres una fuente de ingresos importante al tiempo que visualizan una continuidad en el tiempo para estas actividades. Si bien las jornadas laborales son extensas, les posibilita —tal como expresan— obtener una identidad laboral que se refleja en la expectativa de permanecer como trabajadora independiente (véase Anexo I).

4. El aporte de recientes estudios

El aporte de diferentes investigaciones realizadas en los últimos años (OECD, 2008; GEM, 2007; Catalyst, 2007; Doing Business, 2008¹⁵), permite sostener que si se logra incorporar el capital humano de las mujeres a las actividades productivas:

¹³ Según información suministrada por el Banco de Colombia, WWB Colombia, que otorga créditos a microempresarios, en su mayoría mujeres, pertenecen a estratos socio económicos bajos, poseen bajo nivel educativo y una economía sociofamiliar sensible pues dependen económicamente de sus microempresas. La mayoría no tienen casa propia y son comerciantes, sus microempresas tienen permanente necesidad de capital de trabajo, no llevan registros contables de sus negocios, presentan pocas garantías respecto al acceso al crédito, presentan pocas garantías, por lo general financian sus negocios con créditos de prestamistas, prefieren los créditos rápidos, oportunos y a corto plazo, eligen manejar montos de crédito que no les exija codeudor y generalmente parte del crédito lo destinan para cubrir gastos o inversiones que no tienen relación directa con la microempresa.

¹⁴ La sistematización realizada por la Red de mujeres de América Latina en gestión de organizaciones, con las micro empresarias que asistieron a la capacitación con enfoque de género en 6 países de la región, señala que un amplio porcentaje de los emprendimientos comenzaron por iniciativa propia, los principales rubros o actividades que desarrollan están relacionadas con restaurantes y servicios de comida (11%), servicios de hospedaje (8%), servicios de capacitación (8%), comercialización y producción de alimentos (8%). Más de la mitad de los emprendimientos (63%) hace más de 36 meses que están en funcionamiento y emplean entre 3 a 5 personas. www.wim-network.org

¹⁵ Los datos de *Doing Business* se recopilan de manera estandarizada a través de encuestas sencillas que posibilitan comparaciones entre países y a través del tiempo, con información acerca de la forma legal de la empresa, su tamaño, su ubicación y la naturaleza de sus operaciones. Las encuestas se reparten a más de 5.000 expertos locales, incluyendo abogados, consultores comerciales, contadores, agentes de transporte, funcionarios del gobierno y otros profesionales que gestionan o asesoran de manera rutinaria sobre requerimientos legales y regulatorios.

- El crecimiento económico en los países puede llegar a incrementarse.
- El número de personas que viven en la pobreza puede disminuir.
- La creatividad e innovación en los negocios puede llegar a aumentar¹⁶.

El reporte elaborado por el Banco Mundial, *Doing Business* que aglutina indicadores en diez áreas para medir la facilidad para hacer negocios en diferentes países, sostiene que la clasificación en los puestos más elevados de los países en cuanto a la facilidad de hacer negocios, muestran beneficios especialmente manifiestos para las mujeres. Los países con mejor posición en la clasificación sobre facilidad de hacer negocios cuentan con un mayor porcentaje de mujeres entre los empresarios y los trabajadores a nivel mundial.

Tal como indica el informe mencionado, la compleja normativa que regula la apertura de empresas implica un mayor contacto entre empresarios y funcionarios públicos, y por tanto mayores complejidades y pérdida de tiempo, recurso especialmente escaso para las mujeres.

a) ¿Oportunidad o necesidad? Una descripción de las condiciones y motivaciones para emprender

Según el reporte, los países que cuentan con mayores facilidades para hacer negocios son Singapur, Nueva Zelanda, Estados Unidos, Hong Kong, y Dinamarca, en ese orden. Si bien la clasificación según la facilidad de hacer negocios no describe la totalidad del panorama de la actividad emprendedora y es un indicador limitado al cubrir únicamente la normativa empresarial, no teniendo en cuenta otros factores como la proximidad del país a los grandes mercados, la calidad de su infraestructura, el grado de seguridad de la propiedad frente al robo y el saqueo, la transparencia en las transacciones del gobierno, las condiciones macroeconómicas, la solidez subyacente de instituciones, las características del mercado laboral, brinda una primera aproximación a los facilitadores para desarrollar una actividad productiva.

Por otra parte, como se analizó en la sección anterior, las motivaciones de los individuos son uno de los factores significativos a la hora de analizar las razones para emprender. El Global Entrepreneurship Monitor (GEM), elaboró un marco conceptual que posibilita relacionar algunos factores que inciden en el proceso emprendedor, incluyendo dentro del *ranking* por país para el año 2007, las tasas de oportunidades entre varones y mujeres, permitiendo de esta manera diferenciar las motivaciones de las emprendedoras al clasificarlas en aquellas que inician un negocio porque perciben una oportunidad, lo que en definitiva habla de mejores condiciones y potencialidades del medio, de aquellas que por oposición lo inician por necesidad y falta de alternativas de empleo.

El hallarse en un puesto destacado en la clasificación de facilidades de hacer negocios, expresa gobiernos comprometidos en haber creado un entorno normativo que incentiva la actividad empresarial. Asimismo, los países de América Latina y el Caribe con mejor posición en la clasificación sobre facilidad de hacer negocios, son Chile, México y Perú. Por otra parte, al asociar estos indicadores con las proporciones de emprendedoras, se puede apreciar que Perú y Chile son los países que cuentan con un mayor porcentaje de mujeres emprendedoras, según investigaciones realizadas por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 200717), tal como muestra el cuadro 1.

¹⁶ Investigaciones llevadas a cabo por UNDP, UNIFEM y el Banco Mundial indican que las desigualdades de género en las sociedades en desarrollo inhiben el crecimiento económico y el desarrollo. Un reciente informe del Banco Mundial confirma que las sociedades que discriminan con base al género, pagan el costo de una mayor pobreza, un más lento crecimiento económico, gobiernos más débiles y un nivel de vida más bajo de sus ciudadanos. UNDP encontró una muy fuerte correlación entre su medida de empoderamiento de género e índices de desarrollo relacionados con el género y su Índice de Desarrollo Humano. En general, se está acumulando consistente evidencia de que el mejoramiento de la igualdad de géneros es un componente crítico de cualquier estrategia de desarrollo (Washington, D.C.: World Bank, 2001).

¹⁷ El Babson College, la London Business School y el Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, publicaron un Informe de investigación titulado Global Entrepreneurship Monitor (Reynolds, Hay y Camp, 1999). El reporte realizado por el GEM para 2007

CUADRO 1
FACILIDADES DE HACER NEGOCIOS, NÚMERO DE PROCEDIMIENTOS Y TIEMPO EN DÍAS PARA LA
APERTURA DE UNA EMPRESA Y CLASIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES Y NECESIDADES EN
MUJERES. ALGUNOS PAÍSES SELECCIONADOS

Países	Clasificación de facilidad para hacer negocios ^a	Número de procedimientos para apertura ^b	Tiempo en días	Clasificación de oportunidad-necesidad mujeres ^c
Estados Unidos	3	6	6	28
Dinamarca	5	4	6	41
América Latina				
Chile	33	9	27	19
Perú	58	10	72	20
Colombia	66	11	42	5
Argentina	109	14	31	9
Brasil	122	18	152	10

Fuente: Banco Mundial, Base de datos de *Doing Business*, Encuestas de Empresa del Banco Mundial, base de datos *Indicadores de Desarrollo Mundial*, 2008. *The Global Competitiveness Report 2007-2008*, *World Economic Forum*.

^b La clasificación en facilidad para hacer negocios se obtiene promediando las clasificaciones de cada país en las diez áreas que cubre el Informe de *Doing Business*.

^a El informe *Doing Business* registra todos los procedimientos que se requieren oficialmente para que un empresario/a pueda abrir y operar formalmente una empresa industrial o comercial. Éstos incluyen la obtención de todas las licencias y permisos necesarios, la realización de cualquier notificación, comprobación o inscripción ante las autoridades correspondientes, que se le exijan a la empresa o a sus empleados. Para poder comparar los datos entre los diferentes países, se usan varias suposiciones en lo que se refiere a la empresa y a los procedimientos.

^c Las clasificaciones de oportunidades sobre necesidades en la actividad emprendedora para mujeres muestra las motivaciones de aprovechar las oportunidades que brindan los mercados en contraposición a las necesidades de emprender por la no existencia de alternativas de empleo. Las más altas calificaciones muestran mayores oportunidades (GEM, 2007).

Los beneficios en menor cantidad de procedimientos y tiempo en días para iniciar un emprendimiento, son significativamente importantes para las mujeres. A estas condiciones es necesario asociar los costos que implica agregar mayor número de trámites burocráticos y administrativos para la apertura o constitución de un negocio y en muchos casos, aun cuando haya algunas emprendedoras que inicien un negocio sin cumplir con todos los requisitos necesarios, tenderán a crearlos en el sector informal, sin posibilidad de acceso a créditos, temiendo inspecciones y en general este tipo de emprendimientos, tendrán dificultades para crecer.

b) El crecimiento económico como factor de estímulo e impulso en la actividad emprendedora

El GEM, en su primera etapa, investigó en 10 países las relaciones entre la actividad propia del inicio de una empresa y el crecimiento económico, medido por el crecimiento del PIB. Los autores del primer informe sostienen que existe una correlación bastante estrecha entre los países con niveles más altos de crecimiento económico y los que tienen una mayor actividad empresarial. Además, afirman que “para la mayoría de los países estudiados, el mayor y más rápido crecimiento en inicios de nuevas empresas puede lograrse aumentando la participación de las mujeres en el proceso empresarial” (Reynolds et al., 1999).

El reporte destaca que los países con similares niveles de producto bruto, exhiben pautas similares de comportamiento, concluyendo que si bien el producto bruto es uno de los aspectos centrales para medir la capacidad emprendedora, es necesario analizar también las condiciones del medio, diferencias culturales y sociales que inciden en la actividad empresarial de un país.

Al agrupar a los países según sus ingresos per cápita —bajos y medios (10.407 dólares promedio) y altos (promedio cercano a los 35.000 dólares)— el estudio GEM, señala la importante contribución que las mujeres están realizando al crecimiento económico en los países de bajos y medios ingresos.

presenta un Informe sobre emprendedoras, señalando variaciones significativas de la actividad emprendedora en diferentes países, tanto en término de niveles como de tipo de emprendimiento. <http://www.gemconsortium.org/>.

La actividad empresarial es significativamente alta en los países de ingresos medios a bajos de Latinoamérica y el Caribe (21%) en relación a los de Europa (12%) y Asia (7,9%). Otra distinción importante del estudio, es la división entre actividad temprana de la establecida, en función de los años del emprendimiento. Las tempranas, son aquellas que inician y gerencian los emprendimientos solas o con otras personas desde hace 42 meses (punto de corte aplicado por el GEM para diferenciar los diferentes tipos de emprendimientos). Las establecidas, han logrado permanecer en el mercado más de 42 meses. Las emprendedoras tempranas, están midiendo en definitiva la dinámica emprendedora de cada país.

Un hecho significativo que se observa en el cuadro 2 es que, la actividad emprendedora temprana de las mujeres latinoamericanas es significativamente superior en países de ingresos bajos y medios (14,4% en promedio), en comparación a los de los países europeos y asiáticos (7,62% en promedio).

CUADRO 2
TASAS DE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA POR SEXO.
ALGUNOS PAÍSES SELECCIONADOS. 2007

Países	Empleadoras			
	Temprana		Establecida	
	Varones	Mujeres	Varones	Mujeres
Suecia	5,78	2,47	6,87	2,48
España	9,75	5,48	8,17	4,57
Italia	6,69	3,30	8,87	2,17
América Latina				
Argentina	17,52	11,34	15,78	4,16
Brasil	12,73	12,71	12,7	7,24
Chile	16,45	10,43	11,89	5,59
Colombia	26,91	18,77	15,49	7,84
Perú	25,74	26,06	18,07	12,4

Fuente: Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Report on Women and Entrepreneurship, 2007.

Las tipologías identificadas en el Informe GEM permiten ir acercando un panorama global de los contextos de cada país y posibilitan comenzar a definir algunos factores que pueden llegar a incidir en la dinámica emprendedora de los países. Estos factores, junto con variables vinculadas al capital humano, como educación, experiencia laboral, estímulos y motivaciones, brindan pautas y diagnósticos para comenzar a profundizar sobre una realidad compleja, multidimensional y heterogénea, como es el inicio y desarrollo de emprendimientos.

No existe un único factor que incide en la creación y sostenimiento de empresas y en el caso de las mujeres las variables son más complejas y diferenciales. Existen diferentes estrategias a través de las cuales se puede llegar a estimular las tasas de actividades emprendedoras en mujeres: más y mejores mecanismos de acceso al crédito, la incorporación a redes, cámaras y asociaciones donde se estimule y fomente la actividad emprendedora, menor cantidad de trámites y procedimientos y la cultura propia de un país, que desde distintas instituciones fomente este tipo de actividades (Maxfield, 2005).

c) La interrelación de factores: el aporte de recientes estudios

Los Informes analizados (GEM, 2007; Banco Mundial, 2008¹⁸), identifican los diversos factores que actúan sobre el proceso emprendedor para explicar su influencia sobre el crecimiento económico: las condiciones propias de los contextos nacionales y las cuestiones sociales, culturales y políticas de los diferentes países. El cuadro 3 sintetiza algunos índices presentados en esta sección, con el objeto de ir

¹⁸ Según los informes GEM elaborados durante los últimos años las actividades emprendedoras están fuertemente asociadas con el crecimiento económico: Entre naciones con estructura económica similar, la correlación entre la actividad emprendedora y el crecimiento económico es de 0,7. Pero también incide el apoyo financiero, la educación, las políticas gubernamentales y la cultura de los países que están altamente relacionados con la actividad emprendedora.

acercando algunas precisiones que permitan determinar los principales componentes que influyen para el desarrollo de la actividad emprendedora en la región

CUADRO 3
ALGUNOS ÍNDICES SELECCIONADOS EN CUATRO PAÍSES DE
AMÉRICA LATINA. 2007-2008.

Países	Ranking de competitividad 1 a 100 a	Coeficiente GEM ^b b	Clasificación en facilidad para hacer negocios. Indicadores seleccionados		
			Trámites (Cantidad)	Tiempo (Nº de días)	Acceso a crédito ^c
Argentina	85	9	14	31	48
Brasil	72	10	18	152	84
Chile	26	19	9	27	48
Perú	86	20	10	72	34

Fuente: Doing Business (2008), The Global Competitiveness Report, World Economic Forum, 2007-2008.

^a The Global Competitiveness Report 2007-2008, World Economic Forum¹⁹.

^b Relación entre Oportunidades y Necesidades de emprender en mujeres. Las más altas calificaciones muestran mayores oportunidades.

^c El índice de acceso al crédito elaborado por Doing Business, está compuesto por 4 indicadores: Índice de fortaleza de los derechos legales, índice de alcance de la información crediticia, cobertura de registros públicos y cobertura de burós privados (porcentaje de adultos).

Si bien la información para la región proviene de diferentes estudios y además solo fue posible comparar algunos países, resulta significativo observar una asociación entre el ranking GEM (sobre tasas de oportunidades de emprendedoras) y menor cantidad de trámites y procedimientos aportados por el Doing Business, en Perú y Chile, países que también figuran en el ranking de mejor posicionados en el acceso al crédito (en orden descendente mejores puntajes).

Para comprender cómo opera el proceso emprendedor en sus distintas variantes —desde las pymes hasta la alternativa microemprendedora— desde la perspectiva de género, es fundamental analizar las diferentes variables que influyen y condicionan la alternativa emprendedora. De acuerdo a lo analizado en el informe, las variables significativas pueden llegar a agruparse en cuatro grandes categorías.

- 1) Condiciones político/institucionales: Rol de los gobiernos, políticas públicas, programas de gobierno diseñados para apoyar los emprendimientos, educación y capacitación, efectividad en los mecanismos de transferencia de tecnología y acceso a servicios profesionales; niveles de articulación entre asociaciones, cámaras empresariales, centros de investigación y desarrollo.
- 2) Condiciones generales del medio: Disponibilidad de recursos financieros y acceso al crédito para nuevos emprendimientos, la calidad de la infraestructura física, cantidad de normas y procedimientos necesarios para el inicio de la actividad.
- 3) Condiciones del mercado laboral: Identificación de procesos que facilitan la transición entre el trabajo no remunerado (productivo) y el trabajo remunerado, trayectorias laborales, competencias, estadísticas de la economía informal en diferentes países desglosadas por sexo.
- 4) Condiciones personales: Motivaciones, estímulos, necesidades de los (as) emprendedores.

Más allá de la identificación de los indicadores más adecuados que es necesario determinar para cada categoría de análisis, existen condiciones diferenciales y aportes específicos, la mayoría de las veces invisibles, que realizan las mujeres cuando se incorporan a las actividades productivas. La mejora

¹⁹ El reporte define competitividad como un conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de un país. El reporte define cuatro requerimientos básicos como factores conductores de la economía de los países: Instituciones, infraestructura, estabilidad macroeconómica, salud y educación primaria. Luego incluye un nivel de facilitadores de la eficiencia: Alta educación, mercado de trabajo eficientes, sofisticación en el mercado financiero, tamaño de los mercados y por último factores de innovación y sofisticación como claves para el desarrollo de las economías.

en la calidad de la información estadística, contribuiría a reconocer y cuantificar dichos aportes y además resulta necesario contar con la sistematización y difusión de experiencias que han sido impulsadas en la región durante los últimos años y no logran ser captadas a través de la recolección de datos estadísticos.

5. A manera de síntesis

a) Lo que se sabe

Diferentes investigaciones y estudios realizados demuestran que persisten en la región algunos problemas significativos que afectan la participación femenina dentro del mercado laboral. Existen evidencias que indican que:

- Aproximadamente un 40% de las mujeres participa en actividades relacionadas con el sector informal.
- El cuenta propismo y el empleo vulnerable han crecido entre las mujeres.
- En términos numéricos, el aumento de las mujeres emprendedoras ha sido escaso en la mayoría de los países de la región durante la última década (aproximadamente de 2,5% en 1995 a 3,1% en 2006).
- Las empleadoras se encuentran principalmente en zonas urbanas en la mayoría de los países de la región.
- Son mayoritariamente casadas ó convivientes y tienen niveles educativos altos.
- Son de edad media, casi la mitad de ellas (46%) tiene entre 30 y 45 años y se observa una participación de jóvenes menores de 30 años (16%) que lleva a pensar en un potencial de emprendimientos a futuro.
- En su gran mayoría (un 70%) son dueñas/socias de empresas micro (establecimientos de hasta seis trabajadores), y en menor proporción están en pequeñas y medianas empresas.
- En zonas urbanas, se concentran mayoritariamente en sectores relacionados con servicios y en el comercio, hotelería, restaurantes. Un porcentaje significativo de emprendedoras rurales (47%), participa en actividades relacionadas con comercio, restaurante y hotelería.
- Las principales dificultades que experimentan son la falta de experiencia empresarial y en comercialización, insuficiente formación empresarial específica (administración/ marketing), barreras en el acceso a fuentes de crédito y financiamiento, obstáculos en el acceso a redes de comercialización, excesivos trámites y procedimientos para iniciar los emprendimientos.

b) Lo que se debe profundizar

Uno de los grandes desafíos para las mujeres latinoamericanas es lograr que la dimensión de género sea una variable analítica clave en los nuevos avances teóricos y prácticos que se plantean en relación al desarrollo productivo de la región tanto en ámbitos académicos, organismos gubernamentales y agencias de cooperación internacional, ya que hasta el momento la agenda de los temas de género, ha permeado parcialmente las estrategias promovidas desde los equipos económicos de los gobiernos de la región (López Montaña, 2005).

Más allá de las realidades que aporta la información estadística, diversas y variadas experiencias impulsadas por distintas organizaciones de mujeres en los últimos años y algunos estudios especiales realizados durante la última década, permiten suponer que:

- Las mujeres que acceden a iniciar y desarrollar emprendimientos logran empoderarse y agenciarse de nuevos roles en la vida pública en un mercado eminentemente masculino.

- Los microemprendimientos liderados por mujeres que han logrado superar la barrera de subsistencia e incluso abrirse a nuevos mercados, tienden a contar con apoyo de redes y organizaciones de mujeres que brindan asesoramiento y estímulo para nuevas alternativas de asociatividad.
- Los beneficios en menor cantidad de procedimientos y tiempo en días para iniciar un emprendimiento, son significativamente importantes para las mujeres que deciden optar por el trabajo no asalariado.
- Las micro finanzas, incluyendo el micro crédito, pueden contribuir a la generación de empleo en actividades productivas y al empoderamiento de las mujeres.
- Las redes y el acceso a la tecnología pueden llegar a aportar herramientas importantes para la creación de vínculos y asociaciones entre mujeres fomentando espacios de horizontalidad e intercambio de experiencias.

c) Lo que no se sabe

- ¿Cuáles son los indicadores adecuados para medir el avance o retroceso de la equidad de género dentro de las actividades productivas?.
- ¿Cuáles son las diferencias significativas en términos de género que inciden en la creación de emprendimientos?
- ¿Cuáles son los factores que poseen mayor incidencia en el estímulo de la actividad emprendedora en mujeres?
- ¿Cuáles de las brechas en términos de género en actividades productivas son producto de barreras objetivas —legislación, acceso a crédito, a la propiedad— y cuál es el peso o importancia de barreras subjetivas —normas no escritas—, socialización diferenciada, percepciones, estímulos y motivaciones diferenciados por género?
- ¿Cuáles son los factores que contribuyen a la perdurabilidad y sustentabilidad de los emprendimientos?
- ¿Existen diferencias significativas entre varones y mujeres en la forma de gerencia los emprendimientos? ¿Cuál es el aporte significativo de las mujeres en este ámbito?
- ¿Cuál es el impacto que han tenido los diferentes programas orientados a mujeres emprendedoras en la región?

Existe una necesidad importante de incluir en las políticas de desarrollo productivo de la región tres aspectos interconectados: niveles sostenidos de inversión y ahorro, recursos destinados a la innovación y evolución de la estructura productiva (CEPAL, 2008). Medidas claras en la agilización de las políticas públicas, el acceso al financiamiento y la capacitación específica en emprendimientos son aspectos claves para impulsar un espíritu emprendedor en la población.

Dadas las asimetrías de género que todavía persisten en el mundo empresarial, resulta necesario que los encargados de diseñar políticas públicas orientadas a la producción y el desarrollo, estimulen y alienten el desarrollo de la actividad empresarial para las mujeres. En primer lugar por una razón de justicia y de equidad y en segundo lugar, porque esto contribuiría a mejorar la situación económica de los países, al incluir los aportes de todo el capital humano del que disponen.

Por otra parte, es importante tener en cuenta las motivaciones que dan origen al surgimiento de los emprendimientos, analizar las transiciones desde y hacia las potenciales formas de emprendimiento midiendo los flujos entre ocupaciones, estudiar los determinantes de entrada y salida de las ocupaciones de empleadoras y trabajadoras por cuenta propia y los niveles de transición entre estas dos. Como sugiere la literatura sobre el tema (Mondragón Vélez y Peña Braga, 2008), mientras los empleadores

tienen diferenciales positivos de ingresos en relación con los y las trabajadores/as asalariados/as; no es ni económica ni financieramente atractivo ser trabajador/a por cuenta propia ya que en general estas ocupaciones se encuentran relacionadas con actividades de subsistencia.

La actividad emprendedora requiere de elevados niveles de capital humano y social²⁰ y resulta necesario contar con condiciones favorables del medio que promuevan, estimulen y amplíen el espacio de oportunidades para emprender.

Múltiples son los factores que inciden en la creación y desarrollo de emprendimientos, y particularmente en sus probabilidades de trascender la etapa de supervivencia y posibilitar, en el caso de las mujeres, la autonomía necesaria para superar niveles de subsistencia. Es necesario explorar con mayor profundidad cuáles son factores de éxito de emprendimientos económicos liderados por mujeres —tanto desde el punto de vista cuantitativo como cualitativo—, los tipos de liderazgo, las relaciones de género al interior de las familias y dentro del emprendimiento y, como señala Anderson (2004), el “portafolio de activos intangibles”²¹ que aportan las mujeres a este tipo de iniciativas, aporte que no se encuentra registrado en ninguna cuenta pública.

Más allá del panorama las realidades que aporta la información estadística y de los nuevos indicadores que puedan elaborarse, será necesario analizar en profundidad en qué medida las mujeres que inician y desarrollan emprendimientos logran empoderarse y agenciarse de nuevos roles en la vida pública en un mercado eminentemente masculino.

Existen en la región diversas y variadas experiencias de micro emprendimientos liderados por mujeres que han logrado superar la barrera de subsistencia e incluso abrirse a nuevos mercados gracias al apoyo de políticas y programas enfocados a promover la actividad. Es necesario que los gobiernos y otros actores económicos instrumenten mecanismos adecuados, tendientes a difundir las diferentes iniciativas de manera que sirvan de estímulo para nuevas alternativas de asociatividad entre mujeres.

²⁰ El término capital social es un intangible muy poderoso y difícil de ser valorado económicamente. Si bien existen diferentes definiciones y formas de analizar este concepto, en el presente documento se entiende como el conjunto de relaciones sociales caracterizadas por actitudes de confianza, comportamientos de cooperación y reciprocidad. Es un recurso que utilizan las personas, los grupos y las colectividades en sus relaciones sociales para crear redes, las cuales a su vez se pueden dar en el ámbito público, privado y ciudadano (Montaño, 2005).

²¹ El concepto se refiere a “bien, derecho, dote intangible o capacidad que le permite a la persona actuar en pro de sus intereses”.

IV. Estrategias a considerar en la inclusión de mujeres en la actividad productiva

1. El por qué de la importancia de las redes

La mayoría de los estudios relacionados con las actividades productivas desarrolladas por mujeres destacan la importancia de la conformación de redes como forma de superar las diferencias significativas respecto a los varones que aún persisten en la mayoría de los países. La interacción de emprendedoras con pares e instituciones del entorno constituye uno de los aspectos cruciales para facilitar el inicio y desarrollo de un emprendimiento.

El concepto de redes posee múltiples dimensiones y diferencias significativas en la conformación de las mismas en relación al género. Las redes brindan a las mujeres emprendedoras recursos valiosos: información, acceso a diferentes mercados, fuentes de financiamiento, posibilidad de incorporar nuevas tecnologías en sus emprendimientos (Chen, 2005).

Las mujeres, en general se encuentran en desventaja respecto a sus pares masculinos no porque no formen parte de redes, sino porque las redes en que participan unas y otros tienen diferentes características: en términos de tamaño, son más pequeñas; en relación a la composición, las redes de mujeres se componen por relaciones sociales y familiares con fuertes lazos que las caracterizan como más homogéneas y densas, mientras que las redes masculinas se caracterizan por ser más diversas, extensas y con lazos relacionales menos fuertes.

Si bien las mujeres han construido redes desde siempre (Osborne, 2005), tradicionalmente fueron consideradas como parte de sus actividades sociales y de relación y si bien ese es uno de los beneficios adicionales que se obtienen, no es el significado único y distintivo que tienen las redes de trabajo. No son grupos formados para actividades sociales, aunque por supuesto estas no se excluyen.

Las divisiones de roles de género, las diferentes etapas de los ciclos vitales, los contextos organizacionales, son algunos de los factores que contribuyen a explicar las diferencias de género en cuanto a la constitución de redes. Por otra parte, en el caso de las mujeres emprendedoras, ellas disponen de menos tiempo para construir y mantener sus redes, que son muy importantes para el desarrollo de sus carreras laborales y las búsquedas de oportunidades de negocios y además difieren de los varones en la forma de movilizar y utilizar los recursos a través de las redes (Chen, 2005).

2. La contribución de las nuevas tecnologías al trabajo en red

Las nuevas tecnologías de la información y conocimiento (TIC), están brindando la capacidad de utilizar y agilizar los contactos e información a través del acceso a una cantidad de lugares hasta ahora inexplorados, trascendiendo las históricas y tradicionales barreras que enfrentaban las mujeres para el avance de sus carreras laborales a través del intercambio de información y la posibilidad de acceder a redes en diferentes lugares.

A más de una década de las conclusiones finales de la Conferencia de Beijing (1995), donde se destacó la importancia de las TIC para el empoderamiento de las mujeres y el avance de las políticas de igualdad, se puede afirmar que han habido logros en estos últimos años: las webs y redes virtuales creadas por mujeres son herramientas importantes para la creación de vínculos y empoderamiento, tanto individual como colectivo.

Si bien las nuevas tecnologías de la información y la comunicación brindan la posibilidad de acortar las brechas existentes para las mujeres en términos de incorporación al desarrollo productivo, es fundamental contar con políticas y programas que aseguren la igualdad de acceso a los recursos y conocimientos que implica la utilización de las TIC.

El ciberespacio, no es sólo el lugar donde se encamina el futuro del comercio, la educación, el conocimiento, sino donde se están formando nuevas comunidades que pueden llegar a diseñar el futuro en cada una de estas áreas (Mattelart, 2004)²². En tal sentido, la conjunción del trabajo en red con la incorporación de nuevas tecnologías de la información, puede brindar un aporte sustantivo para el desarrollo de las potencialidades de las mujeres.

En los años posteriores a la Conferencia de Beijing²³, un gran número de organizaciones de mujeres comenzaron a desarrollar acciones en pos de la obtención de fondos para el desarrollo de proyectos productivos para mujeres a través de la cooperación internacional, agencias, fundaciones privadas y empresas. Muchas de estas organizaciones se constituyeron en forma de redes regionales o internacionales y brindan un verdadero soporte para la obtención de recursos, asesoramiento y capacitación, acercando los donantes a las reales necesidades de las mujeres.

Existe una necesidad imperiosa de aprovechar las potencialidades de las redes de mujeres en la región, sobretudo con la incorporación de las nuevas tecnologías. No existe hasta el momento otra forma organizacional que provea información, educación o el compartir buenas prácticas en el desarrollo sustentable de proyectos de

²² Mucho se ha hablado y escrito sobre la Sociedad de la Información y del Conocimiento y existe cierta ambigüedad en la utilización de los términos. En este sentido, Mattelart comunicólogo belga expresa: “a la noción singular y unívoca de ‘conocimiento’, es preferible la expresión alternativa de ‘sociedad de los saberes para todos y por todos’, para designar el proyecto de sociedades más equitativas, sacando provecho a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación”.

²³ En la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer celebrada en Beijing en septiembre de 1995 se planteó por primera vez en un foro internacional la importancia de la comunicación como herramienta fundamental para el desarrollo y el empoderamiento de las mujeres convirtiéndose en uno de los principales ejes de debate.

mujeres en el mundo de trabajo o en la realización de emprendimientos en distintas regiones del mundo de manera inmediata, como el trabajo que se realiza a través de redes en conjunción con las TIC (GTZ, 2006).

Si bien en la mayoría de los países de la región han comenzado a surgir asociaciones, organizaciones, redes de mujeres relacionadas a las actividades productivas y emprendedoras, es escaso el conocimiento sistemático con que se cuenta acerca de las acciones y programas específicos que ellas cumplen en el desarrollo productivo y en muchos casos dichas asociaciones cumplen un mero rol social de agrupar socias sin un fin específico y escasa conciencia de género.

Para que las redes que ya existen en América Latina y el Caribe y las que se desarrollen en el futuro, contribuyan al logro de la equidad y autonomía de las mujeres de la región, es necesario que las mismas fortalezcan los espacios de horizontalidad y asociatividad de manera de potenciar el alcance de las acciones que realizan y contribuyan a lograr sinergia.

En la literatura empresarial (Kantis, 2004) se destaca claramente el rol clave de las redes de contacto en el proceso emprendedor y las investigaciones realizadas, consideran tres instancias fundamentales en las cuales la interacción con otras personas juega un rol fundamental: la captación de la oportunidad del negocio en el cual se basa el proyecto (etapa de gestación), el acceso a los recursos (etapa de puesta en marcha) y los primeros momentos en la vida de la empresa (etapa de desarrollo inicial).

Las tecnologías de la información son fundamentales para operar en una economía global y para el fortalecimiento y difusión de redes, por lo cual es importante socializar y entrenar a las mujeres en el uso y apropiación de las TIC, ya que existen diferencias significativas en relación al género (Bonder, 2003).

Frente a los nuevos escenarios de cambio, complejos y turbulentos, resulta necesario entender las realidades de las actividades productivas e identificar las oportunidades que se presentan para las mujeres. La nueva sociedad de la información y el trabajo en red aporta importantes ventajas porque:

- El valor agregado ya no lo aporta la fuerza física.
- La posibilidad de deslocalizar el empleo introduce flexibilidad en la gestión del espacio-tiempo.
- La nueva sociedad requiere de nuevas competencias (integración, trabajo en equipo, motivación, disciplina) que las mujeres ejercen desde hace tiempo.
- El valor de dichas competencias es más objetivable, por lo cual cabe pensar que la discriminación basada en los estereotipos tenderá a reducirse.
- Frente a una realidad totalmente nueva, las mujeres se encuentran ante una oportunidad única para romper límites.
- Pero también surgen obstáculos:
- Las mujeres están más afectadas por las barreras tecnológicas.
- Las mujeres entran en este mundo como usuarias de modelos pensados y producidos “en masculino”.
- La flexibilidad introducida por las herramientas tecnológicas puede consolidar el rol doméstico-familiar.
- En la nueva sociedad prima el riesgo frente a la seguridad, y las mujeres tienen dificultades de situarse con naturalidad en entornos turbulentos.

Las redes, también pueden ser utilizadas como fuentes de información y difusión de las actividades emprendedoras a través de la comunicación y comercialización de productos y servicios —e-Business y e-Commerce— para que las emprendedoras se contacten, sirvan de modelos entre sí, y, a su vez, puedan acceder a nuevas oportunidades de negocios.

En tal sentido y como una estrategia que ayuda al empoderamiento de las mujeres, la organización en red contribuye tanto a la aproximación hacia nuevas oportunidades laborales, como al aprendizaje de la experiencia de otras personas y al acceso rápido a información relevante. De esta manera, las redes pueden llegar a incrementar el capital social (Bourdieu, 1980; Montaña, 2003)²⁴ de las mujeres que participan en ellas y operar como una especie de pegamento que aglutina el capital personal que cada persona brinda al conjunto y posibilita fluir libremente entre el grupo para crear valor.

Desde los gobiernos, el sector privado y las diferentes organizaciones que nuclean las actividades productivas —cámaras empresariales, asociaciones profesionales— resulta necesario promover la actividad emprendedora a través de diferentes tipos de programas y políticas y estimular la conformación y fortalecimiento de redes de mujeres, que como se analizó es una forma organizativa compleja, multidimensional y atraviesa múltiples niveles.

3. La innovación y la asociatividad como impulsores de la actividad emprendedora

Según una definición tradicional, la innovación es la aplicación de nuevas ideas, conceptos, productos, servicios y prácticas, con la intención de ser útiles para el incremento de la productividad. La innovación exige la conciencia y el equilibrio para transportar las ideas, del campo imaginario o ficticio, al campo de las realizaciones e implementaciones y es considerada como sinónimo de producir, asimilar y explotar con éxito una novedad, en las esferas económica y social, de forma que aporte soluciones inéditas a los problemas y permita así responder a las necesidades de las personas y de la sociedad (Comisión Europea, 1995).

Si bien la actividad cotidiana de las organizaciones y los individuos, se ve cada vez más afectada por el nuevo entorno que supone la sociedad de la información y el conocimiento, la incorporación de innovación en las actividades productivas puede obtenerse de diferentes maneras: prestando atención a la investigación y desarrollo (IyD), mediante simples modificaciones realizadas en la práctica del trabajo o por intercambios y combinaciones de experiencia profesional.

En general, las innovaciones más radicales y revolucionarias suelen provenir de IyD mientras que las más incrementales suelen emerger de la práctica, pero existen excepciones a cualquiera de estas dos tendencias. Por otra parte, mediante la innovación es posible crear en la región nuevas formas de aprendizaje y nuevas alternativas productivas relacionadas no solo con los productos sino también con los procesos.

Esto implica, que el seguimiento de los procesos de innovación debe apuntar no sólo a conocer las magnitudes (los aspectos cuantitativos), sino también las características (los aspectos cualitativos) de esos procesos, con el propósito de obtener evidencias respecto del sendero de desarrollo por el que transita una economía, aspecto que adquiere un enorme valor estratégico en la formulación de políticas (Jaramillo, Lugones y Salazar, 2001).

Muchas veces las innovaciones surgen de esfuerzos sistemáticos realizados en laboratorios de investigación y desarrollo, que cuentan con recursos financieros y tecnológicos, pero en otros casos la innovación puede incorporarse a los proyectos productivos a través de la implementación de un nuevo proceso de comercialización, un rediseño organizativo o una forma de distribuir los productos o servicios más ágil y menos convencional que lo habitual.

²⁴ Pierre Bourdieu incluye dentro del Capital Social de las personas, el origen social, la educación recibida, el tipo de experiencias, la posición ocupada en los distintos ámbitos sociales que se han transitado y van forjando formas casi inconscientes de mirar el mundo y representar su propio lugar en él. Todo esto, según Bourdieu, va originando disposiciones a percibir, a actuar, a reflexionar, a demandar —o no demandar— que varían según las distintas clases sociales y contextos donde se desarrollan los individuos. Por su parte, Montaña señala que las redes sociales son un recurso gratuito —no suficientemente reconocido— del trabajo familiar y comunitario de las mujeres

Desde principios de los años ochenta los estudios realizados sobre el tema han prestado especial atención a la microeconomía y en especial en las economías en desarrollo, a la necesidad de adoptar y adaptar las innovaciones en las actividades relacionadas con los procesos productivos, el diseño y calidad de los productos y las estrategias de comercialización (Cimoli, 2005; CEPAL, 2008)²⁵.

Las mipymes de la región pueden llegar a incorporar ventajas competitivas mediante la introducción de innovaciones que diferencien sus productos y/o servicios. Sus estructuras y tamaños, les otorgan velocidad y flexibilidad en las respuestas a las oportunidades y los cambios. Pero tienen desventajas, tales como su vulnerabilidad ante los ciclos recesivos y la desaceleración de las economías, su dificultad para acceder a mercados globales con productos diferenciados, su falta de capital para acceder a nuevas tecnologías.

Por eso, para competir y crecer, es necesario que puedan definir prioridades, concentrarse en ellas, agregar valor a los productos y/o servicios que brindan y además, desarrollar estrategias de asociatividad y de cooperación con otros sectores, como forma de superar los inconvenientes de tamaño y aprovechar las ventajas de la especialización y de escala, tanto en el mercado interno como externo.

La posibilidad que las mipymes puedan diferenciarse y posicionar productos y/o servicios en el complejo y competitivo mercado externo, tiene relación con la posibilidad de participar en redes, cámaras y asociaciones empresariales. En éstos ámbitos se realizan intercambios y difusión de programas y políticas de fomento, realización de eventos, ferias y como factor fundamental, la transferencia de conocimientos desde los ámbitos científico y universitarios, a los relacionados con el sector productivo. Para ello es fundamental superar las tradicionales barreras culturales que persisten en estos espacios y fomentar políticas públicas que promuevan la articulación y nexos entre los ámbitos académicos y empresariales²⁶.

a) Temas que deben ser considerados en los estudios

¿Cuáles son las características distintivas que aportan las mujeres en los emprendimientos productivos?
¿Se genera más innovación en aquellas organizaciones que cuentan con un mayor equilibrio de género?
¿De qué manera una mayor participación de la mujer en un contexto específico de innovación, contribuye a agregar valor a los emprendimientos? ¿Contribuye a disminuir la brecha de género en la innovación una mayor cantidad de mujeres en el sistema de educación y en empleos técnicos?

La experiencia de décadas pasadas respecto a la escasa participación de mujeres en ciencia y tecnología en la región, plantea la necesidad de considerar estos temas como parte de la agenda de desarrollo productivo de la región. Estudios realizados en América Latina (Longino, 1990; Harding, 1996; Bonder, 2003; Estébanez, 2004), aportan datos relevantes sobre la situación de las mujeres como estudiantes, investigadoras, docentes, creadoras, inventoras, decisoras de programas y políticas en estos campos.

En la mayoría de los países de América Latina, las mujeres ya representan —o están muy cerca de lograrlo— la mitad de la población estudiantil en todo los niveles educativos; y aún cuando en algunos países, la matrícula femenina universitaria supera a la masculina, la participación de mujeres en las carreras relacionadas con ciencias y tecnología, es todavía escasa. A además, un factor adicional a tener

²⁵ Diferentes estudios realizados demuestran que existe un proceso virtuoso en el cual el gasto en IyD, la innovación, la productividad y el ingreso per cápita se retroalimentan. Los países de América Latina y el Caribe muestran cifras de inversión en IyD que, con excepción de Brasil son muy inferiores a las que les correspondería de acuerdo a su nivel de ingreso por habitante. Además, la mayoría de los gastos en I+D de los países latinoamericanos corresponden a las universidades, laboratorios públicos y organismos gubernamentales, mientras que en los demás países son las empresas las que encabezan dichas actividades. La participación del sector público ha sido un componente fundamental en la primera fase de la innovación en los países que han sabido construir una capacidad tecnológica propia.

²⁶ La información que necesitan las mipymes, requiere en muchos casos de la utilización de recursos complementarios (incluidos conocimientos e información) que provienen del exterior de las propias empresas. Para que exista transferencia de activos relacionados con la innovación, es preciso crear un ambiente en que se estimule la cooperación entre empresas, con Universidades u organismos de los gobiernos (CEPAL, 2008).

en cuenta es dentro de qué sectores desarrollan las carreras las mujeres científicas una vez finalizados sus estudios. En la mayoría de los países latinoamericanos, las científicas y tecnólogas se concentran en instituciones del sector público —universidades, centros de investigación— siendo escasa su presencia dentro del sector empresarial (Estevanez, 2004)²⁷.

La innovación científica y tecnológica es una de las claves para el éxito de las firmas, pero además la innovación está relacionada también con los procesos organizativos, con la habilidad de reconocer y aprovechar oportunidades y de encontrar formas de combinar eficientemente los factores en función de esas oportunidades.

Según la definición de innovación adoptada en el Manual de Oslo (1992), esta categoría se aplica al desarrollo de nuevos productos y la implementación de nuevos procesos. Si bien esta es una definición muy amplia y difícilmente cuantificable, existen en la región un gran número de iniciativas empresariales lideradas por mujeres, en las que su aporte resulta diferenciador y significativo para el desarrollo de los emprendimientos; este aporte resulta de la generación de nuevas ideas, la incorporación de diseños en los productos o servicios que brindan, la conformación de equipos diversos, la asociatividad con distinto tipo de instituciones y redes. En muchos casos, ellas mismas desconocen o no adquieren conciencia del valor agregado que brindan a sus emprendimientos.

Uno de los desafíos pendientes aun en la región es que las mujeres puedan ser parte de los procesos de innovación, esto es, que puedan acceder directamente en forma individual o colectiva a recursos como información, capacitación y asistencia para mejorar sus conocimientos, destrezas y actitudes que les permitan dar respuesta a las oportunidades en los mercados y de ese modo desarrollar iniciativas rentables, incorporando valor a sus productos y/o servicios a través de procesos innovadores. Ello implica, entre otras acciones prioritarias, estimular y promover el acceso de la mujer a los recursos económicos y su participación en los mercados (de productos, de servicios financieros, no financieros, entre otros).

La innovación se nutre de intercambios, confrontaciones, interacciones, mezclas. El intercambio de ideas y la movilidad de las personas son importantes para la creación y la difusión de las novedades, en particular entre el mundo de la investigación, de la universidad y de la empresa. Los estudios realizados muestran, que las empresas latinoamericanas han mostrado tener escasa capacidad para insertarse en actividades de innovación que impliquen novedades importantes y significativas. Si bien las tasas de innovación no son muy inferiores a las de los países desarrollados, es indudable que el tipo de innovación es diferente, por ello es importante avanzar en sectores tradicionalmente considerados homogéneos y donde es posible diferenciar productos y/o servicios, que requieren esfuerzos de innovación más intensos y la incorporación de todo el recurso y talento humano que disponen las organizaciones (CEPAL, 2008; Libro Verde, 1998).

4. Micro financiamiento y acceso a micro créditos para proyectos productivos

Las microfinanzas²⁸ se originaron hace casi cuatro décadas como un experimento para proveer préstamos a personas pobres. En América Latina y el Caribe, conforman ya una industria con unas 600

²⁷ Longino como Harding, feministas comprometidas con el mejoramiento de la situación de la mujer, especialmente en la empresa científica, predominantemente masculina donde a las mujeres se les ha negado y niega de igual status, sostienen que ciertas dicotomías como objetividad-subjetividad (valorativamente neutro —cargado de valores), razón-emoción, mente— cuerpo, están en crisis y proponen nuevas estructuras sociales de las ciencias para evitar su supuesta neutralidad. Como señalan las autoras, las dicotomías han sido utilizadas tradicionalmente para que hubiera progreso, el primero en cada par debía ser el dominante e históricamente las mujeres han sido asociadas al segundo miembro de cada par.

²⁸ En general se entiende por “micro-finanzas” a la provisión de servicios financieros a miembros de sectores populares y, por “micro-créditos” a “programas que extienden préstamos de bajo monto a personas que viven en condiciones de pobreza para el desarrollo de proyectos de autoempleo que generen ingresos y les permitan cuidar de sí mismos y de sus familias” (CGAP, Micro Credit Summit 1997).

instituciones que atienden a más de ocho millones de clientes y a fines del 2007, la cartera de micro crédito regional ascendía a unos 9.200 millones de dólares (BID, 2008)²⁹.

Monser (1998) y Anderson (2004)³⁰, definen a los activos como los recursos que las personas utilizan para reducir su vulnerabilidad frente a situaciones de riesgo y estos recursos, sean materiales o inmateriales, se convierten en activos en la medida en que permiten el aprovechamiento de oportunidades que el medio ofrece. Dentro de esta amplia definición de activos, uno de los recursos fundamentales para el inicio y desarrollo de un emprendimiento, cualquiera fuera su tamaño, es la posibilidad de acceso al crédito y financiamiento.

Como se analizó al comienzo del documento, las mujeres han tenido tradicionalmente mayores dificultades de acceso al crédito. El financiamiento en la mayoría de los casos, cuando está disponible, solo atiende a las necesidades de las firmas maduras y de mayor tamaño. Si bien la mayoría de las pequeñas y medianas empresas, enfrentan serios problemas para acceder a créditos, las mujeres tienen mayores inconvenientes, a pesar de que existen evidencias que son muy buenas pagadoras³¹.

La mayoría de las pequeñas firmas enfrentan obstáculos administrativos en relación a complejos procedimientos y largos períodos de tiempo requeridos —demoras— para iniciar un emprendimiento. Recientes investigaciones demuestran que las pequeñas empresas, aquellas con menos de 20 empleados, deben soportar cinco veces más en tiempo la carga de complejos trámites administrativos, en relación a las grandes firmas. Esta carga tiende a ser mayor y más dificultosa para las emprendedoras, por las características de las firmas que, en general, cuentan con escasa estructura administrativa para este tipo de trámites (OECD, 2000b).

Además, tradicionalmente el sistema financiero no ha reconocido a las mujeres como sujetos de crédito, las ha ignorado y solo en la última década ha comenzado a considerar como un segmento de mercado, ya sea como tomadora de crédito o como inversora. Aun cuando existen algunas experiencias de Banca para mujeres,³² el acceso a los servicios financieros exige complejos requisitos y en la mayoría de los casos no contempla las realidades y condiciones de trabajo de las emprendedoras, lo que dificulta en gran medida la posibilidad de obtener créditos.

A pesar de que las instituciones financieras pueden tender a tomar riesgos excesivos en otras situaciones, generalmente son muy conservadoras en sus trato con las personas pobres y, en particular, con las mujeres. Tienden a restringir sus servicios financieros, por ejemplo, de ahorro o de crédito, o prefieren dar servicio a propietarios de bienes (y con control de bienes), o a miembros de hogares con altos niveles de ingresos y a grandes empresas. De esta manera, segmentos importantes de la población de muchos países en desarrollo quedan completamente fuera del sistema financiero.

Las mujeres suelen ser objeto de prácticas discriminatorias por parte de las instituciones financieras, incluso cuando su perfil financiero es el mismo que el de los hombres. Por lo menos, la idea

²⁹ Según el reporte del Foro Interamericano de la Microempresa (IMF, 2007), la industria micro financiera se muestra cada vez más diversa en la región de América Latina y el Caribe. El Informe clasifica 100 instituciones según el número de préstamos activos concedidos a microempresarios hasta finales de 2007. Según dicha fuente, México es el país que más préstamos otorgó a microempresarios durante 2007 a través de diferente tipo de instituciones. Destacan PROMUJER Bolivia con más de 90.000 créditos otorgados a microempresarias y PROMUJER Perú con 49 000.

³⁰ Monser plantea diferentes tipos de activos, desde el estado de salud (capital humano) y la vivienda, hasta las relaciones familiares, redes sociales (capital social), Anderson a su vez, los distingue en: económicos (patrimonio, ahorro, capital, equipos, herramientas); legales (cargos, nombramientos, contratos); educativos (títulos, diplomas, conocimientos adquiridos, destrezas, confianza); políticos (poder en sus diversas formas, influencia sobre la opinión de las personas o grupos, acceso a medios de comunicación); sociales (amistades, redes de apoyo, alianzas); y culturales (lengua, seguridades, apoyo de compatriotas, ritos, prácticas).

³¹ Según las encuestas realizadas por IBM en Brasil, México y Argentina sobre mujeres emprendedoras, ellas dependen principalmente de fuentes particulares para financiar sus negocios (ahorros personales, amistades y familiares). Si bien el acceso al crédito es reducido tanto para varones como para mujeres, presenta menores porcentajes para éstas, no sólo para las que recién se inician, sino para las que llevan más de 10 años en actividad.

³² WWB, women world bank <http://www.swwb.org/node/606>, es una red global de 54 instituciones proveedoras de micro créditos y bancos, que trabajan en 30 países para brindar productos financieros y servicios de crédito a micro emprendedores, especialmente mujeres. La red provee a 11 millones de micro emprendedores directamente, y a otros 10 millones indirectamente a través de bancos asociados y otras redes regionales.

de que los hombres son el sostén de la familia y las mujeres ganan ingresos complementarios parece impregnar el proceso de adopción de decisiones en muchas instituciones financieras, aun cuando la realidad puede ser exactamente opuesta (Manning y Graham, 2000). Debido a esta actitud y a la desvalorización social y económica del trabajo productivo de las mujeres, suelen tener un uso limitado de los fondos que se movilizan mediante la intermediación financiera.

Para que la movilización del financiamiento para emprendimientos adquiera eficacia, se requiere una comprensión amplia de la diferencia entre las mujeres y los hombres en materia de ahorro y necesidades de servicios financieros. Además, necesario dar seguimiento y atención a los modelos de discriminación y a los sesgos de las instituciones financieras en la atención a las mujeres, así como a otras desigualdades económicas basadas en el género y relativas a la posesión de bienes y a los recursos productivos.

La experiencia internacional documenta una amplia variedad en cuanto a las modalidades de provisión de micro créditos, los montos prestados y las tasas de interés cobradas, así como en el destino y rendimiento de los préstamos. Es difícil sintetizar un mecanismo que describa fielmente el funcionamiento de la amplia variedad de experiencias que han venido desarrollándose durante las últimas tres décadas en la región. Por otra parte, muchas de las iniciativas han sido criticadas por diferentes organismos en relación a la posibilidad de lograr un empoderamiento efectivo para las mujeres y alivio a la pobreza³³.

Aunque el acceso de la mujer a los servicios financieros se ha incrementado sustancialmente durante la última década, su habilidad de beneficiarse de este acceso a menudo está todavía limitada por las desventajas que sufren debido a su género. Algunas Instituciones microfinancieras (IMF) están ofreciendo un porcentaje cada vez menor de préstamos a las mujeres, aun cuando estas instituciones crecen y ofrecen nuevos productos crediticios, en promedio, los montos de préstamos que otorgan a mujeres son más pequeños que aquellos que se destinan a los hombres, aun cuando pertenezcan al mismo programa de crédito, a la misma comunidad y al mismo grupo de prestatarios.

Estas realidades pueden también indicar una discriminación social aun más amplia hacia la mujer, la cual limita las oportunidades disponibles para ellas, cuestionando si los programas de desarrollo a través del micro crédito debieran esforzarse más en abordar estos temas. Por otra parte, cuando se observa el liderazgo de muchas IMF se encuentra muy pocas mujeres en las cúpulas decisorias. Sus contribuciones, ya sea para establecer la visión de una mesa directiva, diseñar productos y servicios o implementar programas, es todavía escasa.

Las micro finanzas se han convertido en algunos países de la región en uno de los componentes centrales de las estrategias para asuntos de género, alivio a la pobreza y desarrollo comunitario de muchas agencias donantes. Sin embargo, varios estudios (Mayoux, 1999) y las experiencias desarrolladas en diferentes países de la región, han demostrado que simplemente poner recursos financieros en las manos de mujeres pobres no es suficiente para generar el empoderamiento y mejorar el bienestar social.

En relación al financiamiento de proyectos productivos desarrollados por mujeres es necesario vincular, combinar, ajustar, políticas adecuadas de micro financiamiento en las que se fomente el ahorro popular y la inclusión bancaria (apertura de cuentas bancarias personales de ahorro), el estímulo a la conformación de sus activos (en el término amplio que se expuso) y un acceso a conocimientos esenciales relacionados con la gestión de sus emprendimientos, el fomento y la facilitación de inversiones productivas, así como la reducción de su vulnerabilidad (Floro y Çagatay, 2002).

³³ Según el Informe 2001 de la Campaña de la Cumbre del Micro crédito, 14,2 millones de las mujeres más pobres del mundo tienen acceso a servicios financieros mediante instituciones micro financieras (IMF) especializadas, bancos, organizaciones no gubernamentales (ONG) y otras instituciones financieras no bancarias. Estas mujeres constituyen casi un 74% de los 19,3 millones de personas con más bajos recursos del mundo que reciben servicios por parte de instituciones de micro finanzas. La mayoría de estas mujeres tienen acceso al crédito para invertir en negocios propios que ellas mismas operan y tiene un excelente registro de pago, a pesar de las carencias diarias que enfrentan.

En la Conferencia Internacional sobre Financiamiento al Desarrollo celebrada en Monterrey en 2002, organizada bajo el liderazgo de Naciones Unidas, se llegó a establecer un Consenso³⁴, que defiende la necesidad de establecer "políticas macroeconómicas racionales" y recomienda que "los gobiernos deben asignar prioridad a la prevención de distorsiones inflacionarias" (párrafo 14).

Algunas críticas a este documento señalan que el mismo, no toma en cuenta que atenderse cada vez más a un sector financiero liberalizado para movilizar los ahorros internos, significa seguir desatendiendo a las mujeres en general, y en especial a las mujeres pobres, a menos que este problema se aborde de manera específica a través de medidas correctivas.

Paralelamente, el hecho de no haber prestado atención a las especificidades de género que impregnan las decisiones de asignación del crédito de las instituciones financieras, así como las desigualdades entre hombres y mujeres en la propiedad de bienes, puede perjudicar seriamente la capacidad de las mujeres de solicitar préstamos con propósitos productivos y de consumo. Otra desventaja que obstaculiza el acceso de las mujeres al crédito son sus ingresos, por lo general reducidos e inconstantes.

No obstante, el micro crédito y la micro financiación, junto con la capacitación para actividades empresariales, constituyen la estrategia clave contra la pobreza que suelen apoyar los gobiernos y la comunidad en general (Cheston y Kuhn, 2002)³⁵.

De hecho, tal como lo demuestran diversas experiencias, estos programas de crédito conceden a las mujeres pobres autonomía para tener su propio negocio e incrementar su productividad e ingresos. Así ayudan a las mujeres a salir del círculo vicioso del endeudamiento establecido con prestamistas, intermediarios y comerciantes, y mejoran su capacidad de negociación con terceros, ya que el simple hecho de poseer una cuenta bancaria de ahorro personal, protegido de presiones externas y familiares, representa para muchas un cambio importante de sus roles personales y familiares, así como en la importancia de sus percepciones como sujeto y de su autonomía.

Sin embargo, las mujeres que trabajan en su domicilio, así como muchas otras que participan en el sector informal, no suelen acceder a los servicios de estos programas de microcrédito. Es importante tener en cuenta, que la concepción de los programas de crédito y los planes de micro financiación tienden a contribuir a la autonomía de las mujeres sólo cuando su modalidad de programación y administración contiene una perspectiva de género (UNIFEM, 2000; Cheston y Kuhn, 2002). Por ello, es fundamental evitar que se ejecuten programas de crédito que refuercen los estereotipos relativos a las tareas y funciones femeninas, en tanto tienden a mantener la subordinación de las mujeres en el seno de las unidades familiares y de las comunidades.

Para ello, los programas deben realizarse con el impulso, compromiso y articulación de las autoridades de ejecutar políticas públicas de los Gobiernos junto a otros stakeholders, incluyendo agencias de cooperación, organizaciones y redes que trabajan junto a mujeres para distribuir o asignar servicios financieros y de crédito a las reales necesidades que requieren los proyectos ajustados a los contextos nacionales e internacionales.

Después de tres décadas de experiencias en programas de micro créditos en la región, existe un número de importante cuestiones críticas que resulta necesario tener en cuenta para que dichos

³⁴ Esta conferencia (en la que participaron 50 jefes de Estado y de Gobierno, más de 200 ministros, líderes del sector privado y la sociedad civil, así como directivos de las principales organizaciones internacionales) pretendía marcar un nuevo rumbo en la cooperación internacional para el desarrollo al fijar compromisos específicos para todos los actores involucrados.

³⁵ El Grupo Facilitador Internacional (IFG) de ONG sobre el Seguimiento de la Financiación para el Desarrollo ha contribuido al proceso de la Financiación para el Desarrollo (FPD) dentro del sistema de la ONU. Creado después de la Conferencia Internacional sobre la Financiación para el Desarrollo, realizada en el 2002 en Monterrey, México, el IFG está integrado por organizaciones y redes internacionales en centros estratégicos y puntos focales en los Estados Unidos, Europa, América Latina, Asia y África. Los objetivos del grupo consisten en mantener el impulso de la Conferencia de Monterrey y lograr que los gobiernos y grupos de interés rindan cuentas por los compromisos contraídos en la agenda de la FPD.

programas contribuyan al empoderamiento de las mujeres y al alivio de la pobreza. Los desafíos están relacionados con:

La necesidad de proveer un acceso mayor a este tipo de programas a un universo amplio de mujeres que trabajan en proyectos productivos y no han sido alcanzadas por estos beneficios.

Dar apoyo a métodos integrales de microfinanzas que tengan en cuenta la incorporación de innovación, la investigación y el desarrollo productivo.

Llevar a cabo y dar apoyo a acciones de sistematización y difusión sobre mejores prácticas para empoderar a las mujeres.

Diseñar políticas públicas basadas en la formación de activos y fomento a inversiones propias, a partir de incentivos explícitos que surjan de las diferentes iniciativas lideradas por organismos de crédito y financiamiento público.

Los debates acerca de la capacidad que tiene el micro financiamiento de contribuir al bienestar de las mujeres económicamente desfavorecidas, abarcan una amplia gama de apreciaciones que van desde las más optimistas (Yunus, 1998), quien sostiene la posibilidad de establecer en todo el mundo programas sostenibles de micro finanzas en beneficio de mujeres, hasta aquellas posturas que restan toda importancia a este tipo de programas.

Tanto los micro créditos como las micro finanzas no son la panacea para solucionar los graves problemas que enfrentan los pobres y en particular las mujeres pobres. Un amplio marco de medidas macro y microeconómicas deben direccionarse de manera de crear condiciones económicas que tiendan a eliminar la pobreza, y es vital trabajarlas en paralelo con una evaluación crítica del acceso, entrega y seguimiento de los sistemas micro financieros (Marulanda, 2005; Navajas y Tejerina, 2007).

V. De cara al futuro: Celebrar las pequeñas ganancias y aprender de la experiencia

En los momentos actuales de grandes tensiones e incertidumbre frente a la crisis financiera internacional, se abren grandes interrogantes y desafíos en América Latina y el Caribe. ¿Es posible dentro del entorno actual construir un sendero de crecimiento con equidad a partir de las especificidades, heterogeneidades y diversidades de la región?

La mayoría de los países de la región han abierto sus economías al comercio, la inversión extranjera y el incremento de actividades productivas, sin explorar de manera suficiente el aporte que pueden realizar las mujeres dentro de la esfera productiva. Para incorporar el género en la búsqueda de nuevas salidas a las realidades económicas y sociales que enfrenta la región, es fundamental tener en cuenta el aporte de los estudios realizados desde el punto de vista de la teoría y práctica económica (Sen, 2001; Elson, 2003; Benería, 2003; Cagatay, 2003; Elson, 1999), reconocer y sistematizar las valiosas experiencias que vienen desarrollándose en diferentes países, relacionadas con proyectos dirigidos a actividades productivas liderados por mujeres y estimular políticas y programas productivos con enfoque de género, explorando las especificidades de los diferentes contextos donde se desarrollan los emprendimientos.

A más de 10 años de la Conferencia de Beijing, existen avances en cuanto al empoderamiento y autonomía de las mujeres. Dentro de la región ha existido un fortalecimiento del movimiento feminista en alianza con el movimiento amplio de mujeres (Montaño, 2008, 2005), hecho que

se comprueba de diferentes maneras. En lo relacionado con la participación de las mujeres en los sectores productivos, las redes y organizaciones de mujeres, han establecido durante la última década una agenda de temas prioritarios para el logro del empoderamiento, la autonomía y el desarrollo económico y social.

Sin embargo las inequidades de género en términos económicos y de toma de decisión persisten. A nivel individual, la pobreza afecta con mayor intensidad a las mujeres por ser ellas quienes carecen de autonomía económica con mayor frecuencia que los varones. El 40% de las mujeres de la región carece de ingresos propios, en promedio el 53% de las mujeres rurales carece de ingresos propios, en tanto el porcentaje de hombres en esta situación es del 20% (CEPAL, 2007).

Por otra parte, a consecuencia de la crisis internacional es probable que se detenga la creación de fuentes de trabajo en la región, con el consiguiente riesgo de perder lo ganado en el combate contra la pobreza. En los últimos seis años, en América Latina la combinación de crecimiento económico y mejora del mercado laboral sacó a casi 40 millones de personas de la pobreza. Además, los ingresos laborales de los trabajadores urbanos subieron y se incrementó el gasto social, lo que contribuyó a una disminución de la desigualdad entre los grupos más ricos y pobres. Pero la actual crisis financiera y el alza en los precios de los alimentos ponen en peligro estos logros (CEPAL, 2008).

Desde una perspectiva de género, la brecha de la tasa de ocupación entre mujeres de bajos y altos quintiles (más elevada que para los hombres) refleja obstáculos que pueden agravarse en una situación de crisis económica y financiera. Ésta podría afectar actividades con alta participación laboral de las mujeres, como el comercio formal, servicios financieros, industria manufacturera, especialmente manufactura textil y maquila en general, turismo, restaurantes y empleo doméstico. Por otra parte, la menor disponibilidad de recursos fiscales puede afectar negativamente al gasto social y esto puede implicar una presión adicional para el cuidado del hogar, a cargo de mujeres en su gran mayoría.

Frente a este escenario de crisis, el estímulo de actividades emprendedoras —en micro y pequeñas empresas— a través de programas especiales impulsados por los gobiernos, surge como una vía para aprovechar nuevas oportunidades de integración económica y enfrentar los problemas de desempleo y disminución del ingreso.

En los últimos años han comenzado a implementarse iniciativas que tienden a aprovechar la capacidad emprendedora de las mujeres de la región, de manera incipiente y en la mayoría de los casos sin integración institucional a nivel nacional y regional. Las diferencias de género que se observan dentro del mercado laboral, la falta de acceso al crédito, tecnología, recursos financieros, información, que afectan a las mujeres en mayor medida que a los varones, incide en forma significativa en el desarrollo de emprendimientos liderados por mujeres. También operan como limitantes adicionales, con mayor peso para ellas, las regulaciones, trámites, procedimientos administrativos, que acarrearán tiempos y costos excesivos para iniciar y desarrollar un emprendimiento.

Como señala Monser (2004), los cambios en relación a la incorporación de la perspectiva de género en distintas áreas de intervención deben provenir desde adentro y afuera de las instituciones, ya que requieren grandes transformaciones y para ello es fundamental el establecimiento de alianzas, para ejercer cierta influencia adentro de las instituciones.

Para lograr crecimiento con equidad en la región, es cada vez más evidente la necesidad de actuar en distintos frentes desde los centros de investigación, agencias de cooperación, universidades, organismos públicos. Resulta necesario lograr más y mejores diagnósticos sobre la real situación de las mujeres en las actividades productivas, que posibiliten a los decisores políticos diseñar estrategias efectivas de intervención. Además, desde los organismos que implementan las políticas públicas, el sector privado, las organizaciones de la sociedad civil, a través de distinto tipo de instancias, es necesario abrir espacios de diálogo y articulación de estrategias, posibilitando de esta manera aprender de la experiencia pasada, rescatar las ganancias y éxitos logrados e introducir los cambios necesarios para el logro de políticas y programas efectivos.

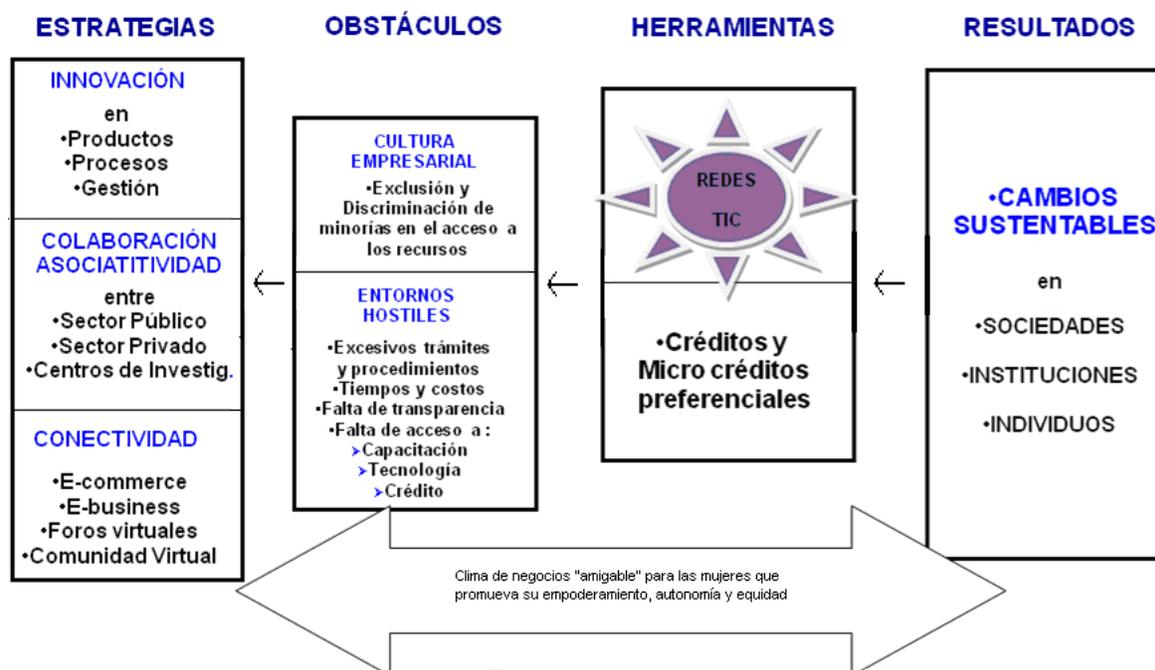
1. Estrategias, procesos y actores que permiten avanzar en escenarios complejos

Las estrategias, prioridades y acciones específicas para promover la mayor incorporación de mujeres en las actividades productivas en América Latina y el Caribe, implican implementar transformaciones continuas y articuladas en procesos diferentes que incluyen también diferentes y actores.

De acuerdo al análisis de la información y las experiencias examinadas en el informe y más allá de la forma específica que adquieran las distintas estrategias a implementar en el campo del crecimiento y desarrollo en la región, es importante tener en cuenta que éstas no suceden en el vacío y están sujetas a cambios en contextos dinámicos, turbulentos e inciertos. consecuencia deberán ser ajustadas, revisadas, modificadas, según las realidades de cada país, sus estructuras económicas diversas y los diferentes momentos políticos y sociales por los que atraviesan

Teniendo en cuenta estas consideraciones, se presenta una síntesis de las principales estrategias y procesos que pueden contribuir al logro de cambios sustentables en pos de la equidad de género en el desarrollo económico de la región.

GRÁFICO 11
VÍNCULOS Y ESTRATEGIAS PARA EL ESTÍMULO DE ACTIVIDADES PRODUCTIVAS CON EQUIDAD DE GÉNERO.



Fuente: elaboración de la autora

El esquema anterior pretende describir el complejo entramado de factores y relaciones a considerar al diseñar estrategias que posibiliten lograr cambios en las relaciones de género en lo referido a la autonomía económica, empoderamiento y acceso de las mujeres a las actividades productivas. Transformar las relaciones de género requiere tener la posibilidad de acceso y control de los recursos, materiales y simbólicos y también requiere cambios profundos en los valores y relaciones, tradicionalmente basados en poder y privilegios (Rao, 2005). Por ello resulta de fundamental importancia considerar los distintos niveles donde se desarrollan las relaciones de género.

CUADRO 4
ESTRATEGIAS PARA LA INCORPORACIÓN DE MUJERES EN ACTIVIDADES PRODUCTIVAS.

Estrategias	Acciones a instrumentar
Redes de mujeres En sectores productivos	<p>Elaborar diagnósticos acerca de las inequidades de género en términos de acceso y utilización de recursos, diferenciando los distintos tipos de emprendimientos (tamaño, sector, tipo de establecimiento).</p> <p>Reconocer y hacer visibles las actividades que realizan las redes de mujeres dentro de su área de influencia y hacia la región.</p> <p>Sistematizar y difundir los distintos tipos de experiencias que se realizan en la región.</p> <p>Intercambiar información y experiencias a través de foros virtuales y presenciales.</p> <p>Estimular la formación de comunidades virtuales que posibiliten el establecimiento de redes comerciales y alianzas estratégicas.</p> <p>Identificar liderazgos emprendedores que posibiliten la transmisión de experiencias y vínculos con diferentes sectores.</p>
Innovación Tecnológica Productiva Organizacional	<p>Promover desarrollos empresariales que incorporen innovaciones relativas a la elección de tecnología, diseño, forma de comercialización.</p> <p>Estimular el acceso y la utilización de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en mujeres emprendedoras.</p> <p>Promover la participación de mujeres en las actividades científicas y tecnológicas, a través de becas, subsidios a proyectos de investigación, de manera que poder incorporar sus resultados a las actividades productivas.</p> <p>Estimular y difundir nuevas formas de trabajo (nuevas tecnologías administrativas y de proceso) en mujeres emprendedoras a través de Cámaras, Asociaciones y ONG.</p>
Incidencia	<p>Rescatar experiencias, sistematizadas y lograr difundirlas a través de diferentes medios públicos y privados.</p> <p>Estimular a mujeres profesionales que desarrollan sus carreras en corporaciones para que sirvan de modelos y mentoras.</p> <p>Visibilizar a mujeres que han desarrollado emprendimientos y destacar sus logros.</p> <p>Estimular la generación de una masa crítica de mujeres que participan en actividades productivas, con conciencia de género.</p>
Formación con Enfoque de género	<p>Fomentar la sensibilización no sexista de mujeres y hombres que actúan en sectores productivos en distintos niveles, a través de campañas y estudios que muestren los valores agregados diferenciales.</p> <p>Incorporar la formación con enfoque género: asignación de roles, aporte significativo de las mujeres en actividades productivas, formas de ejercer el liderazgo.</p> <p>Estimular el entrenamiento en desarrollo empresarial para mujeres: gestión integral (planificación, costos, mercadeo), tecnologías, capacidades y competencias (negociación, liderazgo, trabajo en equipo).</p> <p>Reforzar la autoestima de las mujeres y su liderazgo, a través del reconocimiento y apoyo mutuo.</p>

Fuente: elaboración propia.

Tal como se describe en el documento, la mayor incorporación de mujeres a actividades productivas depende en gran parte del desarrollo de un entorno apropiado, de estímulos y facilitantes proporcionados desde diverso distinto tipo de instituciones, acceso a la información, crédito, financiamiento, programas que posibiliten atender sus necesidades prácticas y estratégicas, estimulando fuertemente la asociatividad como forma de superar la subsistencia.

La innovación, el trabajo en red, la incorporación de TIC, son factores clave para el desarrollo productivo de la región y las mujeres pueden beneficiarse a través de un reconocimiento efectivo del valor que estos factores agregan a los emprendimientos.

Mediante la innovación y el trabajo en red es posible crear nuevos patrones de aprendizaje y lograr la apertura a nuevos mercados, dando lugar a una relación más prolongada y sustentable de ciclos de crecimiento y, a su vez, posibilitar un encadenamiento de innovaciones así como la interconexión de sectores. Para ello deben darse algunas estrategias que todavía están poco desarrolladas en la región:

- Interacción del sector público, privado y académico.
- Capacidad de las firmas de acercarse a centros académicos y de investigación para generar, adoptar y difundir innovaciones en procesos y productos.

- Articulación de diferentes redes de mujeres que desarrollan actividades orientadas a estimular la actividad emprendedora.
- Identificación de emprendedoras sociales que actúan en las diferentes redes de mujeres, que aportan capital social y pueden ser nexos para la asociatividad entre diferentes sectores y actores.

Existen oportunidades para las mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe:

- La fuerte incidencia del movimiento de mujeres ha logrado que en la última década el surgimiento de surgieran redes y asociaciones que estimulan los desarrollos productivos para ellas en diferentes sectores de actividades.
- Una masa crítica de mujeres ha comenzado a desarrollar exitosos emprendimientos (desde empresas familiares, pequeñas y medianas, y micro emprendimientos).
- La capacidad de realizar asociaciones estables con diferentes sectores: cámaras, asociaciones empresariales, organismos del sector público encargado de fijar políticas.
- La creación de organismos especiales para la innovación en América Latina, posibilita la coordinación de estrategias junto a sectores productivos.

Por otra parte también surgen amenazas:

- La crisis financiera internacional, hace prever menor empleo e incremento de la desocupación, escasez de crédito para las pyme y microempresas.
- Algunas actividades con alta participación laboral de mujeres podrían resultar sumamente afectadas por la crisis económica: comercio formal, servicios financieros, industria manufacturera, especialmente manufactura textil y maquila en general, turismo, restaurantes.
- Muy pocos países de la región están implementado programas que facilitan la actividad emprendedora a través de acceso a crédito, la simplificación de trámites y procedimientos y agilidad en los requerimientos de instrumentación.
- Escasez de diálogos amplios y estructurados, en el marco de la alianza público / privada, empresa / Centros de Investigación y Desarrollo.
- Desarticulación entre programas e instituciones, lo cual tiene como resultado una cantidad de instrumentos y regulaciones superpuestas que entorpecen la actividad productiva, y el desconocimiento de lo que cada institución realiza: “Comenzar siempre de 0.”
- Colaboración empresarial limitada, no favorecedora de asociatividad.
- La región no posee un potencial amplio en cuanto a de su diversidad exportadora en términos de producto (agregar valor) ni de mercado (introducir nuevos).
- Escaso aprovechamiento de sus recursos humanos, y desconocimiento de las potencialidades de las mujeres.

2. Recomendaciones.

Desde las políticas públicas:

- Formular marcos y acuerdos institucionales apropiados en los diferentes países para recolectar información sobre la participación de las mujeres en actividades productivas, que permita obtener diagnósticos adecuados sobre las realidades por las que atraviesa la región.
- Fortalecer una amplia participación de diferentes actores en la formulación de políticas públicas y la toma de decisiones en lo referido a fomentar la autonomía económica y

empoderamiento de mujeres, incluyendo a la sociedad civil, de modo tal que resulten comprendidos e a los grupos y redes de mujeres, cámaras empresariales y organismos económicos clave (Ministerio, Secretarías, Direcciones relacionados con las actividades productivas), así como en las instituciones financieras, (Bancos nacionales, provinciales, bancos regionales de desarrollo y los organismos de las Naciones Unidas, incluido comprendidos el Consejo Económico y Social).

- Promover una representación equilibrada en materia de género y la participación de la sociedad civil, que incluye a los grupos y redes de mujeres, en los mecanismos de seguimiento y en las actividades de ejecución del Consenso de Monterrey.
- Apoyar la creación de capacidades para el análisis de género en las políticas macroeconómicas y el diseño de estrategias productivas, en los responsables de formular las políticas, los asesores económicos y consultores técnicos, así como el personal de los organismos económicos, los ministerios encargados de instrumentar políticas públicas destinadas a impulsar actividades productivas y los organismos de la mujer.
- Estimular el fortalecimiento de las capacidades de las redes y organizaciones de mujeres, en materia de análisis económico, de gestión en actividades productivas e incidencia en la adopción de decisiones económicas y financieras, a través de la capacitación y difusión de conocimientos específicos sobre las realidades económicas de la región.

Desde las organizaciones de mujeres y las organizaciones de la sociedad civil

- Capacitar a las y los integrantes de las organizaciones en temas y cuestiones económicas pertinentes, así como en economía con enfoque de género, con la finalidad de tener una participación más amplia y un compromiso activo en el diálogo con los gobiernos y los organismos internacionales, para, y poder de esta manera, poder incidir y supervisar las medidas que éstos elaboren.
- Adoptar y apoyar proyectos de investigación que habiliten a las organizaciones de mujeres y a los investigadores, a realizar análisis de género en materia de empleo, ingresos, condiciones socio económicas y laborales.
- Sistematizar y difundir las experiencias que se llevan a cabo en la región y utilizar estos trabajos para elaborar y formular recomendaciones para la implementación de políticas dinámicas y con perspectiva de género en materia de comercio, inversión y finanzas.
- Elaborar propuestas con perspectiva de género que rescaten las lecciones aprendidas en términos de éxitos y fracasos de los proyectos ejecutados.
- Fortalecer la coordinación con otros grupos de mujeres y organizaciones de la sociedad civil, tanto en los países de la región como de fuera de ellos, con la finalidad de garantizar una movilización más efectiva y coherente en el diálogo con el gobierno, los ministerios de economía, finanzas y de comercio, y los organismos internacionales.
- Crear capacidad y fortalecer la participación en las negociaciones y acuerdos comerciales bilaterales, regionales e internacionales, con el fin de identificar brechas de género en términos del acceso a los recursos productivos, nivel de los ingresos, seguridad laboral, derechos de las y los trabajadores y la carga del trabajo no remunerado.
- Organizar diálogos y articulaciones amplias e incluyentes en el ámbito nacional e internacional, sobre políticas productivas, experiencias a nivel local, nacional y regional, con coaliciones amplias de Organizaciones de la Sociedad Civil, los gobiernos e instituciones internacionales.

Desde los ámbitos de investigación y capacitación

- Realizar estudios cuantitativos a través de encuestas a firmas que permitan desagregar por sexo la información y así establecer las diferencias de las características de las mujeres en actividades productivas. Lograr, de manera de lograr información homogénea, confiable y comparable en los ámbitos nacionales y regionales, permitirá además y lograr dar seguimiento a la evolución de cada sector de actividad.
- Incorporar información adicional a través de estudios de tipo cualitativo (entrevistas, *focus group*, estudios de caso), que posibiliten conocer las motivaciones, limitaciones, barreras, características personales y familiares de las emprendedoras, la distribución de su tiempo, y especificidades de los entornos locales.
- Realizar estudios sectoriales y estudios de mercado con perspectiva de género, para facilitar la selección de sectores con potencial desarrollo productivo en la región.
- Impulsar investigaciones y programas de capacitación en diferentes instituciones públicas y organizaciones de mujeres sobre el análisis con perspectiva de género de las políticas macroeconómicas, comprendidas las políticas fiscales y comerciales, y las políticas financieras y de inversión.
- Diseñar programas con enfoque de género de entrenamiento, asistencia técnica y, tutorías, presenciales y/o virtuales para emprendedoras con enfoque de género e implementarlos a través de redes y organizaciones de mujeres con trayectoria y antecedentes en el tema.
- Sistematización de las experiencias realizadas sobre programas de crédito, esquemas de financiamiento innovadores y apoyo a proyectos productivos para mujeres en diferentes países de la región.

Desde el sector privado

- Identificar y monitorear la situación de las mujeres en las corporaciones a través de estudios que permitan identificar áreas o sectores críticos.
- Establecer programas de mentoría para las jóvenes generaciones y estimular la incorporación de programas de género en las carreras universitarias relacionadas con actividades empresariales para generar a futuro ir generando mayor conciencia de género.
- Intensificar las medidas de conciliación de la vida laboral, personal y familiar, fomentando y estimulando programas de paridad laboral y diversidad en las corporaciones.
- Mejorar la prestación de servicios públicos para situaciones de dependencia. Incentivar la paridad en todo tipo de órganos de representación y de decisión tanto en el ámbito público como en el privado.

3. Mirando hacia adelante

En el recorrido del este informe se ha puesto especial énfasis en identificar y reconocer el aporte de las mujeres al desarrollo productivo en la región a través de distintas alternativas de trabajo no asalariado. Entender las realidades actuales desde el punto de vista cuantitativo, posibilita comenzar a conocer quienes son y comprobar que existe una importante masa crítica importante de mujeres en condiciones incorporarse a la actividad emprendedora en la mayoría de los países de la región.

Por otra parte, a través del relevamiento presentado en el documento de distintas iniciativas y programas que están llevándose a cabo en diferentes países, permite es posible reflejar que lo cualitativo también ocupa un lugar importante en el entendimiento y difusión de los realidades actuales así como de los aportes que realizan las mujeres en diferente tipo de emprendimientos. Este conocimiento, es todavía fragmentario y no ha dado lugar a sistematizaciones que posibiliten orientar estrategias futuras de acción a nivel regional.

En definitiva, es importante tener en cuenta que estos programas deben articularse con políticas públicas integrales, que apunten a cambios sustentables y sistemáticos en las instituciones y en la vida de las mujeres. Para que una mujer adquiera empoderamiento, es necesario que tenga acceso a los recursos materiales, humanos y sociales imprescindibles para hacer elecciones estratégicas en su vida. Las mujeres han estado no sólo históricamente en desventaja históricamente en cuanto al acceso a los recursos materiales como el crédito, la propiedad y el dinero, sino que también han sido excluidas de recursos sociales como la educación o el conocimiento a fondo del mundo público y, en especial, del mundo empresarial.

El acceso a los recursos por sí solo no se traduce automáticamente en empoderamiento o igualdad, ya que la mujer debe también tener también la habilidad de utilizar los recursos para cumplir sus metas. Como sostiene Rao (2005), es posible acceder a recursos materiales pero no tener influencia y es posible estar económicamente empoderada, pero no libre de violencia.

Para que el acceso a los recursos puedan empoderar a las mujeres, es necesario que puedan emplearlos para propósitos producto de sus elecciones. Kabeer (1999) utiliza el término agencia para describir el proceso de toma de decisiones y, negociaciones, requeridas para que la mujer pueda emplear los recursos efectivamente. Las mujeres que han sido excluidas de la toma de decisiones a lo largo de sus vidas, con frecuencia carecen de este sentido de agencia que les permite definir metas y actuar efectivamente para lograrlas. Además es necesario tener en cuenta que estas metas también pueden estar fuertemente influenciadas por los valores de la sociedad en la cual viven y las instituciones donde actúan, por lo que en muchos casos pueden reproducirse muchas situaciones de injusticia.

Como se señaló al comienzo del documento, el empoderamiento y autonomía de las mujeres debe entenderse como algo más que hechos tales como un incremento de ingresos, o el agruparse en cooperativas de crédito u organizaciones de mujeres (Floro y otros, 2003; Mayoux, 1999), debe adoptar una visión holística que integre el trabajo productivo y reproductivo, aspectos del bienestar, medidas que aborden las desigualdades de poder, cambios institucionales y la necesidad de crear conciencia de género en todos los niveles de la sociedad.

Los diagnósticos y realidades presentados en el documento intentan abrir un espacio de reflexión y debate que contribuya al diseño y definición de estrategias más efectivas para el logro del empoderamiento, autonomía y equidad de las mujeres de la región, a través de alternativas emprendedoras que posibiliten superar las asimetrías que aún persisten en la región y alienten a la participación de las mujeres en sectores de trabajo creativos, innovadores, que favorezcan les posibilite el logro de la autonomía económica.

Bibliografía

- Abramo, L. y M.E. Valenzuela, y M. Pollack (2000), “Equidad de género en el mundo del trabajo en América Latina”, Avances y desafíos cinco años después de Beijing, OIT.
- Allen, I. y otros (2008), “2007 Report on Women and Entrepreneurship”, Global Entrepreneurship Monitor (GEM), The Center for Women Leadership, Babson College, Global Entrepreneurship Research Association (GERA). <http://www.gemconsortium.org/>
- Anderson, J. (2004), “Activos políticos y sociales de las mujeres, en Educación permanente para la macro y microeconomía”, Serie Talleres de formación / Talleres de género y presupuesto, REPEM, Montevideo, Uruguay.
- Anker, R. (1997), “La segregación profesional entre hombres y mujeres. Repaso de las teorías”. *Revista Internacional del Trabajo*. Vol 116, N° 3. OIT. Ginebra.
- AWID (Association for Women Right’s in Development) (2004), “*Aprendiendo de la experiencia: Reflexiones de activistas sobre estrategias ‘desde adentro - desde afuera’*”. En la Mira, Boletín AWID, N° 4.
- Badgett, M. V. L., Folbre, N. (1999): “¿Quién cuida de los demás? Normas sociosexuales y consecuencias económicas”, *Revista Internacional del Trabajo*, vol.118, N° 3.
- Bakker, I. (ed.) (1994), “Rethinking Restructuring. Gender and Change in Canada”, University of Toronto Press, Toronto.
- Benería, L. (2003), “La mujer y el género en la economía: un panorama general”, en *Economía y género. Macroeconomía, política fiscal y liberalización. Un análisis de su impacto en las mujeres*. Barcelona, España. Paloma Villota (ed.), UNIFEM.
- Bonder, G. (2003). “Mas allá de la igualdad numérica: Estrategias educativas para la participación plena de las mujeres en la producción de Ciencia y Tecnología”. Tercer Encuentro Latinoamericano: Participación en Ciencia, Tecnología y Política: una perspectiva de Género, Chile, octubre. www.cateunesco.org

- Bourdieu, P. (1980), “Le capital social”, Actes de la Recherche in Sciences Sociales, N°31. París.
- Bruschini, C. (2000), “Brasil: La calidad del empleo de las mujeres. Continuidades y cambios”. Cap. V.135-192 en *¿Más y mejores empleos para las mujeres? La experiencia de los países del Mercosur y Chile*. Editores María Elena Valenzuela y Gerhard Reinecke., OIT. Diciembre.
- Capt, J. (1998), “Cuestiones de género en el desarrollo de las microempresas”. Organización Internacional del Trabajo, Santiago de Chile.
- Catalyst (2007), “The Bottom Line: Corporate Performance and Women’s Representation on Boards”. www.catalyst.org
- CEPAL (2008), “La Transformación productiva 20 años después. Viejos problemas, nuevas oportunidades”, Santiago de Chile.
- _____(2008), “Panorama Social de América Latina 2008”, Santiago de Chile
- _____(2007), “Panorama Social de América Latina 2007”, Santiago de Chile.
- _____(2007), “Consenso de Quito”. *Documento de la Décima Conferencia Regional sobre la Mujer en América Latina y el Caribe (DSC/1)*. Quito, Ecuador, del 6 al 9 de agosto.
- _____(2006), “Objetivos de Desarrollo del Milenio”, *Informe 2006: Una mirada a la Igualdad entre los sexos y la autonomía de la mujer en América Latina y el Caribe*.
- _____(2005). “Aprender de la experiencia: El capital social en la superación de la pobreza”. Santiago de Chile.
- _____(2004), “9° Conferencia Regional de la Mujer”, Caminos hacia la equidad de género en América Latina y el Caribe, México.
- Cimoli, M. (ed.) (2005), “Heterogeneidad estructural, asimetrías tecnológicas y crecimiento en América Latina”, Santiago de Chile, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) /Banco Interamericano de Desarrollo (BID).
- Chant, S. y Pedwell, C. (2008), *Las mujeres, el género y la economía informal: evaluación de los estudios de la OIT y orientaciones sobre el trabajo futuro*. Oficina Internacional del Trabajo. Ginebra: OIT..
- Chen, W. (2005), “So, Where are the women in Transnational Entrepreneurship?”, *Gender, Social Network, and Internet Use*, University of Toronto, Department of Sociology.
- Cheston, S y L. Kuhn (2002), “Empoderamiento de la mujer a través de las microfinanzas”, UNIFEM. Lugar de edición
- Comisión Europea (1995), “Libro Verde de la Innovación”, ES/13/95/55220800.P00 (FR), diciembre. http://www.madrimasd.org/proyectoseuropeos/documentos/doc/Libro_verde_innovacion.pdf
- Cortés, R. (2000), “Argentina: La calidad del empleo femenino urbano en los noventa”. Cap.IV 103- 133 en *¿Más y mejores empleos para las mujeres? La experiencia de los países del Mercosur y Chile*. Editores María Elena Valenzuela y Gerhard Reinecke. OIT. Diciembre.
- Cristini, M. y Bermudez, G. (2007), “El Mapa Económico de las Mujeres Argentinas. 1998-2006”. Documento de Trabajo N° 93. FIEL. Buenos Aires.
- CSR (Credit Suisse Research) (2007), “Economics: More Women, More”.
- De Ferranti, D. y otros (2003), “Desigualdad en América Latina y el Caribe: ¿Ruptura con la historia?”, Washington, DC. The World Bank.
- Daeren, L. (2000), “Mujeres empresarias en América Latina: el difícil equilibrio entre dos mundos de trabajo. Desafíos para el futuro. Proyecto CEPAL-GTZ. "Institucionalización del Enfoque de Género en la CEPAL y en Ministerios Sectoriales".
- Doing Business (2008), Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento, Banco Mundial.
- Duchéneaut, B. (1997), “Mujeres empresarias: Contexto y características específicas”, resumen preparado por Intercambio del texto “*Women entrepreneurs: Context and Specific Features*”, ed Women Entrepreneurs in SMEs. www.intercambio.org.pe
- Edge finance S.A., “Ahorro popular, transferencias monetarias condicionadas y acumulación de activos de los pobres”, Resumen Ejecutivo.
- Eigen, J. (1992), “Apoyo a los negocios de mujeres. Evaluación de opciones”, en *Assistance to women’s business- evaluating the options*, Small Enterprise Development, vol.3, N° 4.
- Elson, D. (1994), “Micro, Meso, Macro: gender and Economic Analysis in the Context of Policy Reform”, en I. Bakker, *The Strategic Silence: Gender and Economic Policy*, London. Zed Press.
- _____(1999), “Labor Markets as Gendered Institutions: Equality, Efficiency and Empowerment Issues”, *World Development*, 27 (3), 611-627pp.
- Elson, D. y N. Cagatay (2003), “El contenido social de las políticas macroeconómicas en Economía y género”, *Macroeconomía, política fiscal y liberalización. Un análisis de su impacto en las mujeres*. Barcelona, España. Paloma Villota (ed.), UNIFEM.

- Espino, A. (2005), “Un marco de análisis para el fomento de las políticas de desarrollo productivo con enfoque de género”, Serie Mujer y Desarrollo, N° 77, Santiago de Chile. CEPAL Unidad Mujer y Desarrollo.
- Espino A. y S. Dornel (1999), “Género, PYMES e innovación tecnológica en Uruguay. Informe Final”, Serie Investigaciones N° 133, Montevideo, Centro Interdisciplinario de Estudios sobre Desarrollo (CIEDUR).
- Estébanez, M. E. (2004), “Estudio comparativo iberoamericano sobre la participación de la mujer en las actividades de investigación y desarrollo: Los casos de Argentina, Brasil, Costa Rica, España, México, Paraguay, Uruguay y Venezuela”, Proyecto iberoamericano de Ciencia, Tecnología y Género, GenTec, Buenos Aires.
- Fayole A. y Bruyat C. 2002, “A conceptual and methodological framework to study, using the modeling of complex system, the Foundation and Development Processes of Innovate Business Activities”. First European Conference en Entrepreneurship Research.
- Floro, M. y otros (2003), “Género y financiación para el desarrollo”, elaborado para el INSTRAW, Estudio Núm. 3 del INSTRAW, noviembre.
- Gálvez, T. (2001), “Aspectos económicos de la equidad de género”, Serie Mujer y Desarrollo N° 35, Santiago de Chile, CEPAL, Unidad Mujer y desarrollo.
- GTZ (2006), “Work the Net. A Management guide for formal Networks”, New Delhi, march.
- Global Gender Gap report 2008. Measuring the Global Gender Gap. World Economic Forum.
- Harding, S. (1996), “The Science question in feminism”, Cornell University Press, Ithaca.
- Heller (2003), “La especificidad de los liderazgos femeninos: ¿Hacia un cambio en la cultura de las organizaciones”, Cátedra Corona N° 8, Universidad de Los Andes, Colombia.
- _____(2001), “Las que vienen llegando. Nuevos estilos de liderazgo femenino”. Grupo Editor Latinoamericano. Buenos Aires, Argentina.
- Holmquist, C. (1996), “The Female Entrepreneur”, Nutek, Swedish National Board for Industrial and Technical development.
- Ishida y Masahiko Komori (2002), Japan Economic Research Institute, Development Bank of Japan, Hugo Kantis (Instituto de Industria, Universidad Nacional de General Sarmiento). “Empresarialidad en economías emergentes: Creación y desarrollo de nuevas empresas” en *América Latina y el Este de Asia*, Banco Interamericano de Desarrollo, marzo.
- Jaramillo y Lugones y Salazar (2001), Manual de Bogotá, RICYT / OEA / CYTED. COLCIENCIAS/OCYT, Marzo.
- Johannisson, B.(1996), “Existential Enterprise and Economic Endeavour”, en Aspects of Women’s Entrepreneurship, Nutek, Swedish National Board for Industrial and Technical Development, Stockholm.
- Kabeer, N. (1999), The Conditions and Consequences of Choice: Reflections on the Measurement of Women’s Empowerment, UNRISD Discussion Paper No. 108, 49. www.unrisd.org.
- Kanter, R. (1977), “Men and Women in Corporation”. New York. Basic Books.
- ____ R. (1995), “World Class: Thriving Locally in the Global Economy”. Simon & Schuster. New York.
- Kantis, H. (2004), “Desarrollo Emprendedor. América Latina y la experiencia internacional”, BID, Fundes Internacional.
- Kantor, P. (2000), “Promoting women’s entrepreneurship development based on good practice programs. Some experiences from North to the South”. Working Paper N°9, Series of Women’s Entrepreneurship Development and Gender in Enterprises, Ginebra, Organización Internacional del Trabajo (OIT).
- Longino, H. (1990), “Science as a social knowledge”, Princeton University Press, Princeton.
- Lopez Montaña, C. (2006) “Hacia un Cambio en la Concepción del Desarrollo o más de lo mismo?” en América latina un Debate Pendiente. Aportes a la Economía y la Política con una Visión de Género. REPEM/DAWN/IFC.
- Manning, L. y P. Graham (2000), Banking and Credit in Janice Petersen and Meg Lewis (ed.), The Elgar Companion to Feminist Economics, Edward Elgar, Cheltenham.
- Marulanda, B. y M. Otero. (2005). “Perfil de las microfinanzas en Latinoamérica en 10 años: visión y características”. Boston: Acción Internacional.
- Mateos de Cabo, R. y L. Escot Mangas y R. Gimeno Nogués (2006), “Análisis de la presencia de la mujer en los Consejos de Administración de las mil mayores empresas españolas”, Fundación de las Cajas de Ahorros.
- Mattelart, A. (2004), “La sociedad de la información: la retórica en acción. América Latina en Movimiento”, N° 385-386, Foro Social de las Américas, Agencia Latinoamericana de Información (ALAI).
- Mauro, A. (2002), “Ecuador: la microempresa desde una perspectiva de género”, Santiago de Chile, Centro de Estudios de la Mujer (CEM).
- Maxfield, S. (2005), “The entrepreneurship Gender Gap in Global Perspective: Implications for Effective Policymaking to support female Entrepreneurship”, CGO Insights.

- Mayoux, L. (1999), ¿Empoderamiento frente a sostenibilidad? Desafíos para la “práctica óptima en microcréditos”. En *Women’s empowerment versus Sustainability? Challenges for “Best Practices” in Microfinance*. www.intercambio.org.pe.
- Marshall, J. (1995), “Women Managers Moving on”. Exploring career and life choices”. Routledge. New York.
- Mondragón Velez, C. y C. Peña Braga (2008), “Business Ownership and Self-Employment in Developing Economies: The Colombian Case”, Uniandes, Bogotá, Colombia, enero.
- Monser, C. (1998), “The Asset Vulnerability Framework: Reassessing Urban Poverty Reduction Strategies”, World Bank, Washington.
- Montaño, S. y Sanz Ardaya, M. (2008), “Movimientos Sociales. El Feminismo”. Proyecto regional de Análisis Político y escenarios Prospectivos en América latina. (PEPEP-RBLAC-PNUD). Buenos Aires.
- Montaño, S. “El Capital social en la dimensión de género. Políticas para el empoderamiento de las mujeres como estrategia de lucha contra la pobreza”. en *El capital social en la superación de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Universidad del Estado de Michigan. Santiago de Chile, enero 2003.
- _____(2000), “Ni Hombres ni Mujeres providenciales”. Perspectivas 20/2000 Isis Internacional lugar Naciones Unidas (1995), “Report of the Fourth World Conference on Women”, Beijing, 4-15 september, United Nations publications, Sales N° E 96.IV.13 chap. I, resolution 1, annex I.
- Navajas, S. y Tejerinas, L. (2007) “Las Microfinanzas en América Latina y el Caribe. ¿Cuál es la magnitud del Mercado?. Banco Interamericano de Desarrollo.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2008), Gender and Sustainable Development. Maximising the Economic, Social and Environmental Role of Women.
- OIT (2008), “Tendencias Mundiales del Empleo de las Mujeres”, Oficina Internacional del Trabajo, Ginebra.
- Osborne, R. (2005), “Desigualdad y relaciones de género en las organizaciones: diferencias numéricas, acción positiva y paridad”, *Política y Sociedad*, Vol.42, N° 2:163-180, Facultad Ciencias Políticas y Sociología, UNED.
- Rao, A. y D. Kelleher (2005), “¿Is there life after gender mainstreaming?”, *Gender and Development*, Vol. 13, No. 2, july.
- Ranaboldo, C. (2006), “Habíamos contado nomás”. La experiencia de los concursos nacionales de mujeres en lucha contra la pobreza. FIDA, GTZ.
- Report of the expert group meeting (2007), “Financing for gender equality and the empowerment of women”, EGM/FFGE/2007/REPORT, Oslo, 4-7 de September http://www.un.org/womenwatch/daw/egm/financing_gender_equality/EGM%20Report%20Final.pdf.
- REPEM (2003), “Así se hace, 8 Emprendimientos exitosos liderados por mujeres”, REPEM.IIZ/DVV. III Concurso Latinoamericano.
- Reynolds, P. D. y M. Hay (2000), “Executive Report of 2000”, Global Entrepreneurship Monitor (GEM).
- SEBRAE (1996), “A voz e a vez dos pequenos empresarios: a mulher empresaria”, *Balcao*, Vol. 5, N°4.
- Sen, G. (1999), “A Quick Guide to Gender Mainstreaming in Finance”, Commonwealth Secretariat. United Kingdom. <http://www.thecommonwealth.org/gender>.
- _____(1992). “Nuevo Examen de la Desigualdad”. Alianza Editorial. Madrid. España.
- Simpson, S. (1993), “Trabajadoras Autónomas”, en *La mujer en el mundo del trabajo*, Firth-Cozens J. y West M. (comps.), Madrid. Ediciones Morata.
- Todaro, R. (2006) “Flexibilidad Laboral o precarización? El Debate sobre la Reproducción Social. en *América latina un Debate Pendiente. Aportes a la Economía y la Política con una Visión de Género*. REPEM/DAWN/IFC.
- Todaro, R., Mauro, A. y Yáñez, S. (2000). “Chile: La calidad del empleo. Un análisis de género” Cap.VI 193-266 en *¿Más y mejores empleos para las mujeres?. La experiencia de los países del Mercosur y Chile*. Editores María Elena Valenzuela y Gerhard Reinecke. OIT. Diciembre 2000.
- Todaro, R. y L. Godoy y L. Abramo (2001), “Desempeño laboral de hombres y mujeres: opinan los empresarios”. Propositiones N° 32, Santiago de Chile. Sur Ediciones.
- Trejos Solórzano, J. (2000), “La mujer microempresaria en Costa Rica: años 90”, San José, Proyecto PROMICRO, OIT, Instituto Nacional de las Mujeres (INAMU) y el Programa Nacional de Apoyo a la Micro y Pequeña Empresa (PRONAMYPE).
- Valenzuela, M. E. (Ed.) (2005), “¿Nuevo Sendero para las mujeres? Micro empresa y género en *América Latina en el umbral del siglo XXI*”, Santiago de Chile, CEM.
- Walker, C. (2004), Gender Issues in Argentine Business Associations: “La Clave es participar para cambiar algunas cosas”. Harvard University. Kennedy School of Government.

- Weeks, J. y D. Seiler (2001), *Actividad empresarial de la mujer en América Latina. Una exploración del conocimiento actual. Serie de informes técnicos del Departamento de Banco Interamericano de Desarrollo Sostenible*, Washington, D. C.
- World Economic Forum (2008), “The Global Competitiveness Report 2007-2008”. www.weforum.org.
- World Bank, *Engendering Development: Through Gender Equality in Rights, Resources, and Voice. Summary* (Washington, D.C.: World Bank, 2001). www.worldbank.org/gender/prr/engendersummary.pdf.
- Yunus, M. (1998). “Hacia un Mundo sin Pobreza”. Editorial Andrés Bello. Santiago, Chile.
- Zabludsky, G. (2002), “Las mujeres empresarias en México: una fuerza económica emergente”, *Internacional Business Machines (IBM)*.

Anexos

Anexo 1

Experiencias exitosas

El aporte de las mujeres en la empresa. De soldador a exportador: Kables Montreal. Uruguay

Kables Montreal es la primera fábrica uruguaya de cables de accionamiento mecánico que abastece a más del 35% del mercado interno y exporta a mercados exigentes. Este es el caso Cecilia Casulo y Adolfo Villalba, sus propietarios. Con el constante desafío de crecimiento, iniciativa y empuje lograron hacer las cosas de forma diferente y convertir su viejo taller en una pujante empresa exportadora. Decidieron abocarse a desarrollar una empresa especializada en la fabricación y comercialización de cables de accionamiento mecánico, transformando su pequeño taller artesanal en una fábrica autopartista uruguaya.

En 2006 concretaron su primera exportación a Brasil y pudieron terminar una importante ampliación de su planta industrial de más de 500 metros cuadrados, haciendo una apuesta fuerte a la innovación y la mejora tecnológica. Así también co-organizaron el primer encuentro de Mercoparts, compuesto por las gremiales autopartistas de los cuatro países del Mercosur, y participaron de la mayor feria internacional de autopartes del mundo, Automechanica Frankfurt.

Hoy con una nueva planta industrial, que les permitió incorporar un laboratorio de calidad interno, se han convertido en una industria exportadora abasteciendo mercados exigentes y cumpliendo con los más estrictos controles de calidad. Incluso están por comenzar el proceso para obtener una certificación de calidad ISO 9000 y 16949 y trabajan en un avanzado proyecto para trasladar su conocimiento y tecnología al exterior.

Cecilia Casulo es un caso excepcional en el sector automotor dominado desde siempre por hombres. Ella conoce cada uno de los más de 3.000 modelos de cables que se fabrican en la empresa que dirige y de la que es socia desde hace catorce años. Además, participa activamente de la Cámara de Industrias a través de la Cámara de Fabricantes de Componentes de Autopartes de Uruguay, donde se desempeña como secretaria. Desde el 2002 cuenta con el apoyo del Centro de Gestión Tecnológica de la Cámara de Industrias, para la incorporación de prácticas japonesas de calidad para el ordenamiento del lugar de trabajo y cultura disciplinada de mantenimiento.
<http://www.kablesmontreal.com/>

Micro emprendimientos liderados por mujeres abiertos a nuevos mercados. La experiencia de Cusco Hand's s.c.r.ltda. Perú

Cusco Hand's s.c.r.ltda es una micro empresa creada por Deycy Llerena en el Cusco, dedicada a la producción de productos cerámicos y reciclados, básicamente diferenciados por motivos de festividades anuales: Navidad, Día de los enamorados, Pascuas, entre otros. Posee una mano de obra que transmite un mensaje cultural y social en sus productos. Salió al mercado hace ocho años, bajo una mística de trabajo orientada al mercado internacional, utilizando para ello ciertas técnicas, tales como control de calidad y diseño de productos que pueden utilizarse o decorar un hogar u oficina.

A los tres meses de haber puesto en funcionamiento el taller, se contactaron con la Oficina de Promoción a las Exportaciones del Gobierno Regional de Cusco, quienes luego de evaluar los productos que se habían estado produciendo, aportaron algunos contactos en Estados Unidos. Así lograron realizar su primer pedido para exportar. Para el segundo pedido, los clientes viajaron a conocer el taller y encargaron cantidades más importantes. Para lograr satisfacer a estos clientes internacionales trabajan cambiando cada año las colecciones acorde a la moda y tendencia americana y europea, teniendo en cuenta las realidades locales. <http://www.universidadperu.com/empresas/cusco-hands.php>

La experiencia de la Red de mujeres América Latina y el Caribe en gestión de organizaciones. Entrenamiento a micro emprendedoras con enfoque de género. Argentina, el Estado Plurinacional de Bolivia, Colombia, Panamá, Perú y Uruguay

Tratando de dar respuesta a las necesidades de los emprendimientos productivos gestionados por mujeres, la Red de mujeres Latinoamericanas y del Caribe en gestión de organizaciones (www.wim-network.org) desarrolló un programa de capacitación para micro emprendedoras y emprendedores con enfoque de género, a nivel regional. La Red se conformó como un punto de encuentro, reflexión e intercambio de ideas entre mujeres y varones que trabajan y estudian temas relacionados con género, liderazgo y desarrollo de la mujer en gestión de organizaciones. Además busca promover la igualdad en las relaciones de género en América Latina y el Caribe. Dentro de este marco surgió el proyecto ‘Micros’ que la Red lleva adelante desde el 2004.

El objetivo de este programa fue elevar las capacidades gerenciales de las mujeres en la dirección de microempresas desde una perspectiva de género, mediante el desarrollo de la capacidad emprendedora, de sus destrezas directivas y de las habilidades en la gestión empresarial que permitan contribuir al éxito de sus empresas. Se realizaron alianzas estratégicas en seis países con ONG’s locales:

- Red Puna y Quebrada, Argentina (<http://www.wim-network.org/redpunayquebrada.doc>),
- Centro de Promoción de la Mujer Gregoria Apaza, Estado Plurinacional de Bolivia (<http://www.gregorias.org.bo/>),
- Fundación Carvajal, Colombia (<http://www.fundacioncarvajal.org.co>),
- Fundación Visión, Panamá (<http://www.pannet.pa/visioncristiana/>),
- Asodeco, Perú (<http://www.visionmundial.org.pe/visionmundial.php?id=36>), y
- Centro de la Mujer, Uruguay (<http://www.ciu.com.uy/bi/cnm/2195.html>).

Se capacitaron a personas de áreas urbanas y rurales, con diferencias étnicas, algunas pertenecientes a ONG de apoyo y otras a organizaciones productivas, algunas de gran tamaño y otras más pequeñas. Es importante destacar que el mismo programa se implementó en todos los países bajo un diseño metodológico similar a pesar de la diversidad de grupos de facilitadoras y facilitadores, y de las diferentes características del tipo de micro emprendimiento que promueve cada ONG local en su país. En la actualidad, la Red dicta un seminario de seis semanas bajo la metodología de E-learning sobre ‘Gestión de emprendimientos con enfoque de género’ dentro de su Programa en Gestión de Organizaciones con Enfoque de Género (PROGEO) <http://www.wim-network.org/progeo>.

Innovación en América Latina. El dulce emprendimiento: Bio-Stevia S.A. Colombia

En el 2001 nadie sabía en Colombia qué era la Stevia rebaudiana, y mucho menos que de esa maravillosa planta se extrae un endulzante 100% natural, sin calorías, perfecto para los diabéticos y para las personas que buscan productos sanos, esa corriente imparable hacia donde se dirigía el mundo. Esta fue la apuesta que llegó como una maravillosa inspiración a Martha Restrepo, y apostó con toda su energía, con una base de recursos muy baja pero con toda la convicción de que la Stevia era un diamante en bruto que había que trabajar y pulir. De allí nació ERBA DOLCE la marca que ha posicionado en el mercado nacional y encaminado en el internacional.

Costó mucho contar el cuento: ¿Para qué se usa? ¿Cómo se usa? ¿En qué se usa? ¿Por qué es mejor y cuál es la diferencia con otros edulcorantes? Etc. Abrir los espacios en las grandes cadenas

para un producto desconocido, lograr el consumo, pero sobre todo lograr cortar el círculo vicioso que se arma cuando no hay mercado y por tanto no hay producción ni agrícola, ni industrial, tomó su tiempo y esfuerzo. Todo se fue solucionando con mucho empeño, con ganas y la total convicción de éxito y de tener en las manos el endulzante del futuro. Hacer empresa sin capital de trabajo ha sido otro de los grandes retos que tuvieron que afrontar, por lo cual asumieron que el endeudamiento bancario a pesar de su alto costo era el camino para poder hacer crecer la operación. Apostar al mercado externo fue un reto más grande aún pero que trajo aparejado una gran satisfacción por los avances, las perspectivas y los logros obtenidos en mercados como el de Estados Unidos, Canadá, Puerto Rico y Panamá. En la actualidad tienen presencia en almacenes como Wal-Mart en Canadá y Puerto Rico, y Albertsons y Whole Foods en Estados Unidos. El mercado de Colombia también ha llegado a un punto de cubrimiento importante con presencia en todas las cadenas de supermercados. Están iniciando operaciones en Perú, República Dominicana, México, y Venezuela. www.biostevia.com.

Asociatividad e incorporación de innovación. Red Puna y Tramando: Un ejemplo exitoso. Argentina

La Red Puna reúne a organizaciones de productores y campesinos aborígenes de la Puna y Quebrada Jujeña, que comparten experiencias con el fin de mejorar la calidad de vida de las comunidades mediante la promoción de una participación activa de sus miembros y el fortalecimiento de las organizaciones de base que las integran. En todas estas comunidades desarrollan proyectos productivos vinculados a la agricultura, cría de animales y –a partir de este proyecto- las artesanías y tejidos.

Desde el área de género de la Red Puna y a partir de la reflexión junto a las mujeres, se alcanzó la identificación y priorización de sus problemas y, se inició un proceso de formulación de proyectos productivos. Su principal objetivo fue el empoderamiento de las mujeres, ya que debían ser ellas mismas quienes formulen, ejecuten y administren sus propios emprendimientos. Durante el 2004, se financiaron varios proyectos que les permitieron empezar a equiparse (con telares, máquinas de hilar, mobiliario, infraestructura, herramientas, insumos) y a capacitarse en algunas etapas de la producción artesanal (hilado, teñido, tejido en telar, a dos agujas).

En este recorrido se identificó que los tejidos constituyen un ingreso complementario en muchos hogares, así como la existencia de una brecha importante entre el enorme esfuerzo que demanda la elaboración de las artesanías textiles y el escaso valor que las mismas adquieren en el mercado. En el año 2006 la Red Puna contactó al diseñador textil Martín Churba y le solicitó que desarrollara un proyecto tendiente a fortalecer el trabajo artesanal de la Red, tanto en lo que refiere a la calidad como a la valorización de sus producciones. Churba ofreció la intervención de su empresa Tramando, que desde el área dedicada a explorar y fortalecer la trama social podría ofrecer asistencia para mejorar y reforzar las prácticas en curso, y desarrollar estrategias tendientes a enriquecer y poner en valor los productos que realizan. Participan del proyecto 30 artesanas referentes, que representan a ocho grupos y organizaciones de la Red. En breve se iniciará el proceso de réplicas y multiplicación de conocimientos y prácticas en los grupos y organizaciones en las comunidades, alcanzando una población beneficiaria total de 67 artesanas y 11 artesanos.

El proyecto de revalorización de las artesanías textiles es una intervención productiva al mismo tiempo que cultural. Se trata de poner en valor el conocimiento y trabajo de las artesanas procurando recuperar y actualizar prácticas y saberes ancestrales que permiten elaborar productos exquisitos, completamente orgánicos y hechos con las manos desde el principio hasta el fin. Se buscó generar conocimiento mutuo y vínculos de confianza entre los artesanos y el equipo de Tramando y se inició el trabajo de juego y diseño colectivo de algunas piezas.

Veinte formas de lucha contra la pobreza son premiadas. Estado Plurinacional de Bolivia. Habíamos contado nomás...La experiencia de los concursos nacionales de mujeres en la lucha contra la pobreza. Claudia Ranaboldo con la colaboración de Juana Benavides³⁶

Cuatro órganos de cooperación internacional organizaron un concurso para mujeres del área rural que emprendieron actividades económicas. El concurso ‘Mujeres en Lucha Contra la Pobreza’, organizado y auspiciado por el fondo internacional de desarrollo agrícola (FIDA), la cooperación técnica alemana (GTZ), la corporación andina de fomento (CAF), el programa regional de apoyo a los pueblos indígenas de la Amazonía (PRAIA) y el centro canadiense de estudios y cooperación internacional (CECI), premiaron el esfuerzo que demandó a las mujeres llevar adelante sus actividades económicas.

Los productos de estas actividades son comercializados en mercados locales con la esperanza de llegar, en algunos casos, a los mercados internacionales. Las propuestas fueron presentadas en dos categorías: grupos nuevos o emergentes y grupos estables que ya tienen hasta dos años de funcionamiento.

Las iniciativas de negocios presentadas y premiadas, son actividades que están siendo ejecutadas y comercializadas por mujeres emprendedoras entre las que destacan los textiles en fibra de llama, alpaca y oveja, como ponchos, fajas, chuspas, cerámica, fabricación de zapatillas, producción de mermeladas y jabones, entre otros.

Los concursos mostraron la gran cantidad de iniciativas y estrategias que tienen los sectores más marginados, y cómo dan una pelea día a día para superarla. Y aún si la pelea no está ganada, los emprendimientos pueden ser débiles y los mercados poco consolidados, y si bien queda mucho por hacer, el hecho de ver retribuidos sus esfuerzos y ganarse un premio, tiene un efecto estimulador impresionante, de lejos muy superior a cualquier dádiva asistencial. Las mujeres presentes destacaron en todo momento: haber podido pensar en su negocio, haberse dado cuenta de lo que “funcionaba” y de lo que “se tenía que mejorar”, haber podido viajar, haberse confrontado y compartido con otras mujeres, haber tenido el coraje de “mostrarse” frente a sus pares y a los jurados externos, haber sido tomadas en consideración porque en la sala estaban viceministros, representantes de la cooperación, periodistas y muchos otros asistentes. Además, estos concursos han abierto la posibilidad de una reflexión crítica acerca de algunos parámetros y criterios a considerarse en procesos de desarrollo.

La experiencia de Edge Finance- FIDA.PRO MUJER

Edge Finance, una organización cuya misión es la inclusión bancaria de las poblaciones rurales pobres y vulnerables de América Latina y el Caribe, junto a la Fundación Capital, busca masificar los mecanismos de formación y acrecentamiento de activos para las familias de bajos ingresos más vulnerables, el acceso de las mujeres pobres a la generación y valoración de sus activos, en particular los activos productivos a partir del uso de servicios oportunos de captación (ahorro monetario) en instituciones financieras reguladas y supervisadas.

Cuentan con dos proyectos pilotos, en el marco de dos proyectos de desarrollo rural del gobierno peruano, cofinanciados por el fondo internacional de desarrollo agrícola (FIDA) desde hace más de cinco años en la Sierra del Perú y el corredor Puno-Cusco, sumando cerca de 15 000 mujeres ahorristas beneficiándose de un mecanismo de ahorro monetario bonificado (donaciones complementarias). Ambos demuestran la pertinencia del sistema de movilización del ahorro popular utilizado, y su alto impacto.

³⁶ <http://www.rimisp.org/getdoc.php?docid=9913>

En el marco de una iniciativa regional (actualmente Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú, y pronto Estado Plurinacional de Bolivia, El Salvador y República Dominicana), la Fundación Capital y el Instituto de Estudios Peruanos, están ahora buscando la forma de masificar estos resultados alentadores, orientados a promover el desarrollo de activos financieros en grupos de la población de bajos ingresos en general, pero con atención especial en el caso de las mujeres. Auspiciada por la Fundación Ford, se trata de una propuesta de intervención pública para facilitar y complementar los programas públicos existentes de transferencias monetarias condicionadas (TMC), ampliar sus perspectivas de alcance e impacto sustentable, y atraer a otros actores involucrados en la lucha contra la pobreza.

Esta propuesta de intervención pública propone posibilidades concretas de vincular, combinar y ajustar políticas adecuadas (existentes o posibles) de TMC con las que fomentan el ahorro popular y la inclusión bancaria de los pobres (apertura de cuentas personales de ahorro), la formación de sus activos y un acceso a los conocimientos esenciales sobre emprendimientos, el fomento y la facilitación de sus inversiones productivas, así como la reducción de su vulnerabilidad (preservación de sus activos y reducción de su desprotección frente a adversidades, con micro seguros). El papel de las mujeres y mujeres jefas de hogar es central en los dispositivos desarrollados.

Anexo 2

1. Red de redes relacionadas con actividades productivas

Asia Pacific Economic Cooperation (APEC)³⁷

Trata temas relacionados con el intercambio comercial, coordinación económica y cooperación entre sus 21 integrantes. Trabaja en 3 grandes áreas para satisfacer las metas de comercio libre y abierto: el comercio y la liberalización de la inversión; la facilitación de la actividad empresarial; y la cooperación económica y técnica. Los resultados de estas tres áreas permiten a las economías miembros fortalecer sus economías mediante la puesta en común de recursos dentro de la región. También se fortalece a los miembros a través de una mayor formación y oportunidades de empleo, más opciones en el mercado, bienes y servicios más económicos y la mejora en el acceso a los mercados internacionales.

La Cooperación Económica y Técnica (Ecotech) se dedica a la formación y la cooperación para crear capacidad en todas las economías miembros de APEC, para aprovechar el comercio mundial y la nueva economía. Esta área se basa en la capacidad institucional y personal para ayudar a las economías miembros de APEC y de sus pueblos a obtener los conocimientos necesarios para hacer frente a su potencial económico.

Articulación Feminista Marcosur³⁸

Está compuesta por articulaciones y coordinaciones nacionales, ONG y redes regionales, unas con carácter de convocantes y otras como adherentes. Sus objetivos son: incidir políticamente en el debate y la construcción de una integración que amplíe las ciudadanías y profundice la democracia; fortalecer los espacios de articulación entre los movimientos sociales; y particularmente, reforzar e incidir desde la presencia feminista en estos ámbitos, a toda la sociedad. Su preocupación está centrada en la vertiginosa concentración de poder y riqueza que agrava las desigualdades, la exclusión y la discriminación, y que se expresa de manera acentuada en fundamentalismos religiosos, económicos, culturales y políticos.

Fundación escuela Latinoamericana de redes (ESLARED)³⁹

ESLARED tiene como objetivos desarrollar, promover, y divulgar en el ámbito de América Latina y el Caribe, actividades de formación de Recursos Humanos e investigación en las áreas de telecomunicaciones, computación, redes de computadores e informática en general y sus aplicaciones; y concebir planes de investigación y desarrollo sobre transferencia tecnológica, con el propósito de facilitar el progreso científico y técnico en América Latina y el Caribe. Para tales efectos, realiza actividades que contribuyen con el desarrollo de las investigaciones y/o con la formación de investigadores (cursos, talleres, seminarios, simposios, jornadas y congresos nacionales e internacionales) y presta servicios de atención, asesoría, asistencia, orientación e investigación, por encomienda de personas naturales o jurídicas, públicas o privadas.

Pro Mujer⁴⁰

Pro Mujer es una red dedicada a las microfinanzas y el desarrollo de la mujer que ha establecido cinco instituciones microfinancieras que comparten la misma filosofía y misión, emplean

³⁷ www.apec.org

³⁸ www.mujeresdelsur.org.uy/index_e.htm

³⁹ <http://www.ing.ula.ve/~eslared>

⁴⁰ https://promujer.org/index.tpl?&NG_action_language=SP

metodología similar y trabajan juntas para compartir mejores prácticas e innovaciones entre sí. Estas instituciones microfinancieras están en Argentina, Estado Plurinacional de Bolivia, México, Nicaragua y Perú. Durante todo el 2008 se espera desembolsar 140 millones de dólares en préstamos, con un saldo de préstamo promedio: 236 dólares. Actualmente, atiende a más de 200 000 clientes y un millón de niños y familiares cercanos. La cartera de préstamos en riesgo de incumplimiento es menor a 1%. Pro Mujer Internacional tiene dos oficinas para la red, una en Nueva York y otra en La Paz, que apoyan el desarrollo continuo de las instituciones microfinancieras y expanden operaciones a nuevos países.

Red de mujeres para el desarrollo⁴¹

Se formó en 1998, como un espacio de comunicación e intercambio entre grupos y organizaciones de mujeres de sectores populares en América Latina y el Caribe que trabajan en proyectos productivos, sociales y económicos. Su propósito es que las mujeres se ayuden mutuamente, a pesar de las distancias geográficas y las diferencias culturales, a mejorar sus proyectos productivos y microempresas para tener mayores posibilidades de cumplir con el propósito de mejorar la calidad de vida para ellas mismas, sus familias y sus comunidades. La experiencia les ha enseñado que “juntas podemos más que solas”.

Uno de sus objetivos fundamentales es superar el aislamiento tradicional que perpetúa el ciclo de pobreza y para ello sus actividades facilitan la comunicación e intercambio de información, ideas, experiencias, conocimientos, materiales, e inspiración entre los grupos y organizaciones participantes para maximizar los recursos y minimizar las limitaciones en sus proyectos económicos. La superación del aislamiento y el poder acceder a los recursos necesarios, son aspectos fundamentales para que las mujeres puedan enfrentar con éxito los múltiples obstáculos a su desarrollo económico.

A través de la Red, los grupos y organizaciones participantes se dan cuenta que “no están solas”, lo que las fortalece y las experiencias productivas de otras mujeres las hacen reflexionar, “Si ellas pudieron hacerlo, ¡nosotras también podemos!”.

Red de portales web de organizaciones de microfinanzas en América Latina⁴²

El proyecto de la Red de Portales Web de Organizaciones de Microfinanzas de América Latina (Microfinanzas.org) tiene como propósito fortalecer el posicionamiento de la industria de las microfinanzas en la región mediante la construcción de servicios de información web e Internet, con la finalidad de que las microfinanzas en América Latina puedan tener una mayor incidencia y por ende una mejor atención en los sectores de la población económicamente menos favorecidos. Microfinanzas.org tiene tres líneas de acción definidas: La construcción de una Red de Portales Web de las organizaciones latinoamericanas de microfinanzas (redes, instituciones microfinancieras -IMF-, programas de formación y asesoría técnica, etc.) que coadyuve a un mejor intercambio de información, experiencias y actividades relacionadas con la industria de las microfinanzas; la consolidación de un Centro de Información latinoamericano acerca de las microfinanzas que brinde recursos informativos sobre la industria; y el desarrollo de Servicios de información basados en Internet (web, correo electrónico, información a celulares, audio y video en línea, etc.) para ofrecer a las distintas organizaciones latinoamericanas de microfinanzas una manera innovadora de fortalecer sus procesos de comunicación e información.

Para microfinanzas.org es muy importante la equidad de género en todas las iniciativas que desarrolla. El que más mujeres y hombres latinoamericanas/os tengan acceso a la

⁴¹ <http://www.redmujeres.org/>

⁴² <http://www.microfinanzas.org/informacion/equidad-de-genero/>

información, y a todos los recursos de la red de Internet, es una meta de los programas de desarrollo en los cuales se enmarca Microfinanzas.org.

Red internacional de género y comercio⁴³

International Gender and Trade Network, IGTN, se constituye en diciembre de 1999 como un espacio plural y democrático, compuesto por organizaciones de mujeres o mixtas con perspectiva de género, que buscan alternativas justas y equitativas de integración frente a la liberalización comercial y la desregulación financiera predominante en las negociaciones de los acuerdos económicos actualmente en curso en las diversas regiones del mundo.

La IGTN es una red mundial con coordinaciones en cada continente (África, Asia, Asia Central, Europa, América Latina, Medio Oriente y América del Norte) y con áreas específicas de investigación, capacitación e incidencia. Sus objetivos son: fortalecer las capacidades de las organizaciones de mujeres y mixtas para la participación en las decisiones macroeconómicas y en las negociaciones comerciales; incorporar la perspectiva de género para analizar y evaluar los impactos diferenciales entre hombres y mujeres de los acuerdos de comercio y elaborar propuestas alternativas; contribuir al desarrollo de la investigación orientada a comprender la relación entre género y comercio internacional; generar sinergias con otras organizaciones sociales y redes de la región y del mundo para incidir en la dinámica de las negociaciones comerciales a nivel sectorial, nacional y regional.

El plan de acción consiste en impulsar iniciativas relativas a la perspectiva de género en los procesos de negociación de los acuerdos y fortalecer y capacitar al movimiento de mujeres para incidir en los mecanismos institucionales nacionales o regionales de integración económica. En América Latina y Caribe la red articula con: Red Internacional de Género y Comercio Capítulo Latinoamericano: www.generoycomercio.org.

- Alianza Social Continental: www.asc-hsa.org.
- Maquila Solidarity Network: <http://en.maquilasolidarity.org/>
- Alianza Chilena por un Comercio Justo y Responsable: www.comerciojusto.cl.
- Caribbean Association for Feminist Research & Action: www.cafra.org.
- The People's Summit: www.peoplesummit.org.
- DAWN - Caribbean: www.dawnnet.org.

Red de educación popular entre mujeres (REPEM)⁴⁴

REPEM desarrolla sus actividades en América Latina y el Caribe desde 1981. Es una entidad civil sin fines de lucro que cuenta con la participación de aproximadamente 140 instituciones, organizaciones y grupos de mujeres en Argentina, Honduras, Estado Plurinacional de Bolivia, México, Brasil, Nicaragua, Colombia, Panamá, Cuba, Paraguay, Chile, Perú, Ecuador, El Salvador, Uruguay, Guatemala, Venezuela, entre otros. Su experiencia se basa en el desarrollo de actividades, acciones y elaboración de propuestas sostenidas en incidencia política con perspectiva de género, que buscan el empoderamiento de las mujeres que se encuentran en condiciones y situaciones de discriminación, desigualdad, violencia y pobreza en los distintos países de la región. A partir de la gestión 2006 cuenta con cuatro programas institucionales articulados entre sí.

⁴³ <http://www.generoycomercio.org/>

⁴⁴ <http://www.repem.org.uy>

Centro Latinoamericano para el desarrollo rural (RIMISP)⁴⁵

Es una organización regional latinoamericana sin fin de lucro que inició sus labores en 1986. Busca el desarrollo rural latinoamericano con identidad cultural, entendido como el fortalecimiento de las capacidades de los diversos grupos sociales rurales y como la expansión de las libertades de las personas que integran las sociedades rurales de nuestra región. Para ello RIMISP contribuye con conocimientos para apoyar procesos de cambio institucional, de innovación productiva y de fortalecimiento de actores sociales, que revitalicen y transformen las sociedades rurales latinoamericanas haciéndolas más justas y equitativas. Realiza todas sus funciones a través de redes basadas en dichas relaciones. Su trabajo se basa en una amplia y diversa red de instituciones amigas con las cuales coopera en la concepción, diseño e implementación de proyectos colaborativos. RIMISP trabaja en red y trabaja en sociedad con otros, como: —FIDAMERICA— (www.fidamerica.org), plataforma regional que promueve y facilita los procesos de comunicación y aprendizaje; Grupo Chorlaví (www.grupochorlavi.org), estimula y facilita procesos descentralizados de aprendizaje social; Red de Aprendizaje de Municipios Rurales Indígenas (www.rimisp.org/ramri).

2. Redes de Mujeres que trabajan por las actividades productivas

Argentina

*Foro de mujeres del Mercosur*⁴⁶

El Foro de mujeres del Mercosur, fundado el 9 de noviembre de 1995 por mujeres empresarias, educadoras, políticas, profesionales y sindicalistas provenientes de los cuatro Estados primigenios del Mercosur, con el objeto de incorporar la visión de género a todo el proceso de integración. En este sentido, el primer logro del Foro constituye haber promovido con éxito una instancia de participación de las mujeres, dentro de la estructura del Bloque, conocida como Reunión Especializada de la Mujer del Mercosur (REM), otorgando el status Asesor al Foro de Mujeres del Mercosur.

*Warmi Sayajsunqo*⁴⁷

Warmi Sayajsunqo (en Colla, mujeres perseverantes), es un grupo de mujeres de Abra Pampa, Jujuy lideradas por Rosario Quispe, que impulsan un modelo socioeconómico exitoso arraigado en la cultura Colla. Han logrado el retorno a las comunidades de los desplazados indígenas en las ciudades y la revalorización de su identidad. Esta mujer fue nominada para el Premio Nobel y el modelo que creó es estudiado con interés en las principales universidades del mundo, Harvard entre ellas. La organización se formó hace más de 12 años con el objetivo de organizarse para salvar a Abra Pampa de la extinción, azotado por la desocupación y la desolación. En 1997 ya eran más de 400, y tenían muy claro lo que querían: economía autogestionada, retorno a las raíces culturales y empresas sustentables para sacar a sus maridos del sopor de la desocupación que acarrea alcoholismo, derrotismo y fuga de los más jóvenes.

Quispe cobró notoriedad cuando ganó el premio de la Cumbre Mundial de Mujeres, con sede en Ginebra, Suiza. Allí, en el centro del mundo financiero, les pidió a los técnicos bancarios que la ayudaran con un proyecto largamente anhelado. Paradójicamente, los modernos economistas suizos debían cooperar para hacer posible el retorno al viejo sistema bancario Colla: crear un régimen de créditos basado fundamentalmente en la confianza. Así lograron crear los famosos ‘banquitos puneños’. En diez años de trabajo, lograron revitalizar la producción de la tierra, fomentar la vuelta a los orígenes aborígenes y atraer a su lugar a muchos de los abrapampeños que habían emigrado hacia

⁴⁵ www.rimisp.org/territorioeidentidad2

⁴⁶ <http://www.analitica.com/mujeranalitica/organizacionesfemeninas/6716114.asp>

⁴⁷ <http://testella.blogspot.com/2007/09/warmi-sayajsunqo-mujeres-perseverantes.html>

Buenos Aires. Hoy, la Warmi reúne a 79 fondos comunales que ya forman una especie de ‘ministerio de hacienda puneño’. Allí, cada uno de estos bancos se organiza con una líder mujer, un líder hombre y otros vecinos. También nacieron las llamadas ‘Empresas Aborígenes’: una estación de servicio manejada íntegramente por mujeres, un restaurante, una productora salina, un ciber satelital, una empresa de artesanías, una barraca para acopio, una curtiembre y un enorme criadero de chinchillas. Asimismo crearon la Escuela de Empresarios que otorga capacidades gerenciales sin perder la identidad Colla. El último emprendimiento es un Sistema de Incubación Participativo para tratar en forma eficaz y utilizando todos los medios, de promover una marca regional de toda la extensa Puna y la comercialización conjunta entre todos los pueblos originarios hacia el exterior.

Estado Plurinacional de Bolivia

Red Latinoamericana de Mujeres Transformando la Economía (REMTE)⁴⁸

La Red Latinoamericana de Mujeres Transformando la Economía se constituyó en 1997, con el objetivo de contribuir a la apropiación crítica de la economía por parte de las mujeres, a través de la generación de ideas, debates, acciones e iniciativas políticas.

En el Estado Plurinacional de Bolivia REMTE busca promover espacios de intercambio, reflexión, información, capacitación, propuestas y participación de las mujeres en el marco de la sociedad civil, frente a las políticas económicas, las estrategias de desarrollo y sus repercusiones con el propósito de buscar alternativas económicas al actual modelo de desarrollo. Analiza las políticas económicas de desarrollo desde la perspectiva de los procesos macro y micro económicos y sus repercusiones en la condición de trabajo y de vida de las mujeres.

Contribuye al desarrollo de las capacidades de las mujeres para su participación e incidencia en la construcción de políticas económicas con justicia económica, humana, equitativa y solidaria.

Centro de Promoción de la Mujer Gregoria Apaza⁴⁹

El Centro es una Institución de Desarrollo Social que trabaja en El Alto desde 1983, promoviendo la igualdad y equidad entre hombres y mujeres. Busca la transformación de las relaciones de poder desiguales e inequitativas de género, económicas y étnico culturales, potenciando a las mujeres como sujetos sociales. Su objetivo es empoderar a las mujeres en los ámbitos político, económico y personal, promoviendo su autonomía. Fortalecer las organizaciones donde participan las mujeres buscando mayores niveles de autodeterminación y articulación, apoyando una mayor participación de mujeres y la construcción de políticas de equidad de género.

Instituto de Formación Femenina Integral (IFFI)⁵⁰

Es una organización articuladora de procesos, propositiva y con presencia urbano-rural en el departamento de Cochabamba, con proyección nacional y relacionamiento internacional. Trabaja desde 1981 prioritariamente con mujeres de zonas urbano-populares y desde el 2006, en algunos municipios rurales, con el propósito de impulsar su participación activa en las organizaciones sociales, en la gestión local, en procesos de seguridad alimentaria nutricional, soberanía alimentaria, desarrollo económico local y en espacios de toma de decisiones. Promueven además, la articulación de diversas expresiones del movimiento de mujeres en base a agendas comunes y a la coordinación de acciones de incidencia política y vigilancia ciudadana para la incorporación de sus demandas y propuestas orientadas a transformar las actuales relaciones de poder y subordinación en las esferas pública y privada.

⁴⁸ <http://remtebolivia.org/>

⁴⁹ <http://www.gregorias.org.bo/>

⁵⁰ <http://www.iffi.com.bo/index.php>

El IFFI desarrolla su trabajo asumiendo nuevos retos, recuperando las experiencias y aprendizajes institucionales y buscando siempre la mayor pertinencia y adecuación al contexto, lo que le ha permitido constituirse en parte importante del tejido organizacional de Cochabamba, claramente comprometida con principios democráticos, de equidad de género e inclusión social.

*Asociación de Artesanos del Campo en Santa Cruz (ARTECAMPO)*⁵¹

Esta organización agrupa y capacita a campesinas a través del Centro de Investigación Diseño Artesanal y Comercialización Cooperativa (CIDAC). El objetivo con el que floreció el CIDAC en 1984, en tres poblaciones, fue impulsar la calidad de la artesanía y fomentar el desarrollo integral de las mujeres. Actualmente, cumple esa misión en 45 comunidades centradas en Ichilo, Vallegrande, Los Tajibos, Guarayos, San Miguel de Velasco, Izozog, Puerto Paz, Cotoca, Samaipata, Lomerio y la urbe cruceña. Pasaron más de 20 años y Artecampo acoge a 1 500 familias y congrega a 12 asociaciones locales de artesanos. En el seno de este organismo trabajan mancomunadamente mujeres indígenas de las etnias guarayas, chiquitanas, ayoreodes e izoceñas del oriente boliviano.

*Asociación de Mujeres Unidas para el Desarrollo Sostenible (ASMUDES)*⁵²

En el año 2000, un grupo de 27 mujeres en Sucre, Estado Plurinacional de Bolivia, buscando nuevas fuentes de ingresos, conformaron la Asociación de Mujeres Unidas para el Desarrollo Sostenible e iniciaron un proyecto de ‘Huertas Integrales Orgánicas’. Han tenido que enfrentar y superar los obstáculos de la falta de tecnología adecuada, el tiempo inclemente y las plagas. Actualmente, la Asociación tiene 115 socias y socios, y han logrado convenios con el Municipio para la venta de tarwi cocido a las escuelas, y con la Facultad de Agronomía de una Universidad para que los estudiantes realicen sus pasantías en las comunidades de las socias. También han iniciado un vivero forestal donde cultivan y venden semillas y plantines para reforestar. Con las ganancias del vivero, planean instalar una tienda para vender semillas hortícolas y plantas.

Colombia

*Centro de Apoyo a Mujeres Emprendedoras (CAME)*⁵³

CAME es un proyecto liderado por la Agencia Regional para la Inmigración y la Cooperación de la Comunidad de Madrid y la Confederación Empresarial de Madrid (CEIM). En Colombia, CAME cuenta con el apoyo de la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia. CAME busca impulsar el emprendimiento empresarial, la innovación, la competitividad y la transferencia de conocimientos en empresarias o potenciales empresarias colombianas, mediante el desarrollo de actividades de formación teórico prácticas que les estimulen a generar proyectos económicos sostenibles y, a su vez, contribuyan al desarrollo y crecimiento económico de Colombia.

Sus principales acciones son: Promover las nuevas iniciativas empresariales por parte de mujeres emprendedoras; capacitar a las mujeres emprendedoras para acometer la creación de su propia empresa; facilitar asesoramiento empresarial a las nuevas emprendedoras en las primeras etapas de funcionamiento de sus empresas y a las empresarias ya constituidas; fomentar el asociacionismo y cooperación entre empresarias y emprendedoras; lograr sinergias con otros programas existentes que tengan como objetivo el fomento del empleo y apoyo a la actividad empresarial, con carácter general o enfocado a mujeres; potenciar una red de organizaciones y entidades para promover las iniciativas empresariales de mujeres y la igualdad de oportunidades, y visibilizar la iniciativa empresarial de la mujer.

⁵¹ <http://www.artecampo.com/index.html>

⁵² <http://www.ecoportal.net/content/view/full/14686>

⁵³ <http://www.camemedellin.com/>

*Fundación WWB Colombia*⁵⁴

WWB Colombia fue fundada hace 29 años como una entidad sin ánimo de lucro y se ha convertido en líder en el sector de las microfinanzas a nivel mundial. Dedicó su trabajo a los microempresarios que más lo necesitan, especialmente a la mujer cabeza de hogar, brindando acceso a servicios financieros que permitan crecer sus microempresas. Es una entidad de carácter privado que brinda el acceso al crédito fácil y rápido.

Su sede principal está ubicada en la ciudad de Cali, Colombia y cuenta con una red de 59 oficinas en el país en los departamentos del Valle, Quindío, Risaralda, Caldas, Cauca, Nariño, Meta, Boyacá, Chocó, Caquetá, Guajira y Cundinamarca.

Es una de las cinco afiliadas colombianas a la Red Internacional Women's World Banking, de la cual recibe servicios financieros y de información.

Costa Rica

*Fundación Mujer*⁵⁵

Fundación Mujer es líder desde hace 20 años en Costa Rica en la atención a las mujeres emprendedoras, que desean desarrollar sus actividades productivas y empoderarse en forma integral. Es una organización especializada en la mujer empresaria, en servicios financieros y no financieros, de manera formal y autosostenible. Tiene como meta promover el mejoramiento del nivel de vida de las mujeres de los sectores medios y bajos de la sociedad costarricense y sus familias.

Su misión es contribuir de manera especial en el desarrollo de la mujer, promoviendo sus actividades productivas, organizativas y sociales como medio para mejorar su calidad de vida y la de su familia. Sus servicios abarcan la asesoría, capacitación y créditos individuales y grupales para mujeres.

*Fundecooperación*⁵⁶

Trabaja por la mejora de las condiciones socio productivas, ambientales y de género de la población en Costa Rica. El financiamiento y la asistencia técnica de Fundecooperación se concentra en cuatro áreas estratégicas para el desarrollo sostenible de Costa Rica: turismo sostenible, manejo ambiental y tecnologías limpias, agricultura sostenible y equidad de género.

Fundecooperación procura disminuir las brechas sociales y culturales existentes entre hombres y mujeres, de modo que éstas puedan ser sujetas activas en igualdad de condiciones y oportunidades, como promotoras y beneficiarias de los procesos de desarrollo humano sostenible. Para ello, apoya financiera y técnicamente a mujeres o grupos de mujeres con oportunidad de desarrollar proyectos socio productivos, generar empleos, favorecer el medio ambiente, mejorar sus capacidades de gestión empresarial y aprovechar sosteniblemente la biodiversidad.

El Salvador

*Red de Emprendedoras Salvadoreñas en la Comercialización*⁵⁷

Surge en el seno de la Unión Salvadoreña de Mujeres por la Democracia y la Justicia Social con Equidad de Género en abril 2005, a partir de la demanda de las mujeres de acceder a ingresos económicos para aliviar las condiciones de pobreza propias y de sus familias, y mejorar sus niveles de autonomía económica y personal. Aglutina a más 2 700 mujeres de 35 organizaciones, de las cuales 22 desarrollan actividades económicas variadas de artesanía, dulces típicos, medicina natural, textiles, etc.

⁵⁴ <http://www.fwwbcol.org/>

⁵⁵ <http://www.fundacionmujer.org/>

⁵⁶ www.fundecooperacion.org

⁵⁷ http://www.winnernet.org/esp_nacional/portal_pub/noticias/noticia.php?noticiaID=4902&P_=1

Son empresas colectivas, que producen y comercializan, formadas por mujeres de bajo nivel educativo y de escasos recursos. El trabajo que ha realizado la Red y las mujeres productoras en estos años es muy amplio, construido a partir de la discusión y el trabajo colectivo, que ha permitido generar poco a poco confianza entre productoras de diferentes empresas y una identidad colectiva. Uno de los sectores destacados es la producción y venta de dulces artesanales típicos, los cuales son elaborados por cuatro empresas asociativas de mujeres de cuatro municipios diferentes. Otra de las ventajas es que la compra de envases y etiquetas se hace de forma colectiva, lo cual abarata los costes de producción. Este mecanismo permite además amortiguar problemas productivos de alguna de las empresas en un momento dado como también asegurar una respuesta más inmediata a la demanda del mercado. En noviembre 2007 además lanzaron un producto nuevo, registrado como propiedad colectiva, los NAHUALITOS —pequeños dulces delicatessen— que son producidos a granel por las empresas de dulces pero envasados por otras mujeres de asociaciones que no producen. Este producto ha permitido incrementar el valor añadido de los dulces y acceder a mercados no tradicionales y mejor remunerados.

También se promueve la economía solidaria feminista, desde las mujeres y para las mujeres, que propone nuevas formas de relacionarse con la economía, basadas en la solidaridad, el intercambio de experiencias, el aprendizaje mutuo y la construcción de espacios y mecanismos de decisión horizontales.

Se destaca el trabajo que realiza la red para promover la revalorización de la producción, para redistribuir estas ganancias desde la comercialización hacia las productoras, tratando de conjugar una remuneración más justa de las productoras junto con la promoción de la sostenibilidad económica de la Red.

Honduras

Organización para el Desarrollo Empresarial Femenino (ODEF)⁵⁸

ODEF OPD, es una institución especializada en el área de capacitación y asistencia técnica, que desarrolla actividades con la misión de fomentar un desarrollo sostenible en la calidad de vida de las familias participantes de los diferentes proyectos. Los proyectos de agricultura sostenible, ambiente, agroforestería, tecnologías apropiadas, procesamiento de alimentos, equidad en género y desarrollo humano, los han desarrollado con 250 familias que han mostrado cambios significativos en el manejo productivo y sostenible de sus parcelas, el cuidado del ambiente y los recursos naturales, debido al gran impacto obtenido en el mejoramiento sustancial de la calidad de vida de los beneficiarios. Han ampliado su cobertura hacia 400 familias las cuales están ubicadas en los departamentos de Cortés y Santa Bárbara. Su labor les permite llegar a personas de muy escasos recursos, pero que quieren superarse y desarrollar actividades comunitarias que mejoran la calidad de vida de las familias, donde ODEF provee sus servicios.

Cooperativa mixta “Unidas Para Progresar” (COOMUPL)⁵⁹

COOMUPL surge como un grupo informal en 1991. En 1996 nace legalmente la cooperativa, que prestaba sólo servicios de ahorro y crédito y la morosidad casi la desintegra. En 1999 se reactiva con 19 asociadas, adquiere préstamo de otra cooperativa hermana e inicia el camino transitado hasta la fecha. Actualmente hay 5.115 mujeres Lencas que producen, transforman y comercializan productos agropecuarios y artesanías en los 13 municipios de La Sierra de La Paz. Participan a través de: afiliación individual directa, microempresas, bancos comunales, grupos solidarios, grupos de producción café orgánico, ahorro de menores, cajas rurales, cooperativas agropecuarias y grupos de jóvenes.

Busca consolidarse como una empresa de mujeres, orientada a estimular el ahorro y la inversión de sus afiliadas, desarrollo social para ellas, servicios financieros oportunos y acompañados de la capacitación técnica y administrativa necesaria para asegurar el éxito de cada microempresa en beneficio de las propietarias y sus familias, la cooperativa y la comunidad en general.

⁵⁸ <http://www.odef.org.hn/38.0.html>

⁵⁹ www.coomupl.org

México

*Asociación Mexicana de Mujeres Organizadas en Red (AMMO)*⁶⁰

AMMOR es una organización social sin fines de lucro, con representatividad a nivel nacional en 18 estados de la República Mexicana, la cual está integrada por mujeres indígenas, campesinas, productoras, jornaleras, artesanas; mujeres de escasos recursos y niveles escolares bajos, que se organizan entre sí para realizar alguna actividad económica y social que les genere ingresos económicos para mejorar su propio bienestar y con ello obtener una mejor calidad de vida, junto con sus familias y la comunidad.

*Red Nacional de Mujeres Rurales (RENAMUR)*⁶¹

Es una organización de la sociedad civil, cuya misión es la de promover procesos de empoderamiento de las mujeres rurales mexicanas, en el contexto de una visión de desarrollo rural integral y sustentable, articulando acciones desde lo local, regional, estatal y nacional.

Este gran propósito requiere de un fuerte compromiso, así como de una formación profesional sólida, por parte de los integrantes de la RED, para desarrollar los instrumentos más acordes a las necesidades que hoy se viven en el medio rural y la falta de revalorización del mismo, de manera que sea posible construir alternativas reales de desarrollo con la participación activa de las mujeres.

Los servicios de calidad son fundamentales para el desarrollo de la estrategia de la RENAMUR, es por ello que dentro del Programa de Formación de la RED, se ha propugnado desde un inicio, en formar cuadros a los diferentes niveles de participación, que permitan sostener los procesos y darle un horizonte de futuro.

Nicaragua

*Asociación Alternativa para el Desarrollo Integral de las Mujeres (ADIM)*⁶²

ADIM, es una institución micro financiera dedicada al desarrollo empresarial especialmente de la mujer microempresaria de zonas urbanas periféricas y rurales con intercambio de mercado, hacia su trascendencia, su afirmación como persona y evolución a relaciones de mayor equidad.

*Congreso Permanente de Mujeres Empresarias de Nicaragua (CPMEN)*⁶³

CPMEN está formado por empresarias nicaragüenses que se han constituido en un foro permanente de discusión de la problemática de las empresarias mujeres. Sus objetivos son: la promoción de actividades tendientes a visibilizar el aporte de las mujeres empresarias en la economía nacional; la identificación de la problemática propia de género entre las mujeres dirigentes de sus propias empresas; la identificación de los problemas propios de las empresas lideradas por mujeres; la facilitación del intercambio de negocios y experiencias entre empresas propiedad de mujeres; y, participación activa en foros abiertos a la sociedad civil para promover la búsqueda de soluciones a que enfrentan las empresas conducidas por mujeres, en los aspectos de financiamiento, comercialización y tecnificación.

Las empresarias han detectado situaciones de inequidad ligadas al género, que afectan sus negocios, acceso a créditos bancarios de bajo costo, información sobre mercados, ofertas de capacitación, acceso a puestos de dirección, etc.

Desde su formulación, se planteó como un movimiento capaz de incidir en todas las organizaciones y foros empresariales, señalando las inequidades y planteando las posibles soluciones.

⁶⁰ http://www.winnernet.org/esp_nacional/portal_pub/noticias/noticia.php?noticiaID=4902&P_=1

⁶¹ <http://www.renamur.org.mx/>

⁶² http://www.asomif.org/14.0.html?&tx_galileoaffiliated_pi2%5Bid%5D=2

⁶³ www.euram.com.ni/Empresarias/index.htm

No se trató de crear una organización paralela a las existentes, sino de un espacio donde los problemas empresariales se discutan desde una perspectiva de género y las propuestas se lleven al seno de las organizaciones empresariales existentes.

Panamá

*Federación Nacional de Mujeres de Negocios y Profesionales (FNMNPP)*⁶⁴

La FNMNPP fue fundada en agosto de 1991, es una de las federaciones más fuertes y destacadas por su trabajo. Llamó la atención para la creación de Credi Mujer, el trabajo con jóvenes profesionales, el Centro de Capacitación Profesional y Empresarial y la elaboración del Concurso Raquel María de León para mujeres destacadas, entre otros.

Su trabajo con la Joven BPW tuvo como lema auto superación con base en el apoyo mutuo. El proyecto Credi Mujer promueve la formación de microempresarias y desarrolla su programa a través de los bancos comunales. Al presente está transformado en la Fundación Credi Mujer que fue considerado el mejor proyecto en el XXV Congreso de la BPW I en Suiza.

En 1995, la FNMNPP acogió el Primer Congreso Regional de Latinoamérica. En 1999, acogió el Séptimo Encuentro de Presidentas y en 2003, el 12° Encuentro de Presidentas.

Perú

*Red Latinoamericana de Mujeres Transformando la Economía (REMTE)*⁶⁵

El Grupo Género y Economía, surgió como Grupo Mujer y Ajuste Estructural: Debate y Propuesta (GMA) en 1992. Su objetivo principal es incidir en las políticas para generar cambios en las condiciones económicas para las mujeres. Se propone construir una visión de desarrollo económico y social sostenible desde las mujeres, con equidad de género y justicia social.

Actualmente está conformado por siete organizaciones no gubernamentales, que trabajan con organizaciones sociales de base, gremios de trabajadoras y gobiernos locales. Trabajan los derechos económicos de las mujeres en el marco de las políticas de ajuste estructural y los procesos de globalización. Sus impactos en las condiciones de vida y de trabajo de las mujeres.

Desarrollan los temas: empleo femenino, acceso a recursos, trabajo comunitario en servicios sociales a la población, procesos de reforma del Estado. En su intervención relacionan espacios de trabajo local y nacional con movimientos de carácter internacional.

URUGUAY

*Red de Mujeres Emprendedoras Winner (RED WINNER)*⁶⁶

Integrada por Mujeres emprendedoras de micro, pequeñas y medianas empresas; mujeres dedicadas a la producción artesanal de bienes y de servicios; organizaciones que trabajan por la mujer; medios de comunicación que abordan temáticas de la mujer.

La Red Winner busca el contacto con comunidades de mujeres emprendedoras de diversas regiones del mundo, para relacionarse con empresas, organizaciones, fundaciones, banca ética, tercer sector y proyectos de mujeres; para intercambiar experiencias, tecnologías, innovación de gestión y de procesos; para concretar oportunidades de comercio e iniciar contactos y negociaciones con potenciales clientes; para ser escuchadas y tener presencia a nivel nacional e internacional; para capacitarse en el uso de las nuevas tecnologías de la información, en gestión empresarial y en temáticas de género. Tiene una comunidad de emprendedoras y una comunidad de instituciones.

⁶⁴ <http://bpw-latinoamerica.com/index1.php?pag=capa&id=18>

⁶⁵ http://www.movimientos.org/remte/show_text.php3?key=703

⁶⁶ www.winnernet.net

3. Organizaciones que trabajan con emprendimientos productivos

Argentina *Endeavor*⁶⁷

Fundada en 1997, Endeavor es una organización global con oficinas locales en Argentina, Chile, Brasil, México, Uruguay, Colombia, Sudáfrica y Turquía y una oficina coordinadora en Nueva York, USA. Endeavor Argentina fue establecida en 1998, siendo el primer país donde el modelo innovador de Endeavor fue probado con éxito.

Endeavor libera el potencial de los emprendedores en Argentina e impulsa la transformación de emprendedores talentosos, éticos, innovadores y con potencial de crecimiento; y desarrolla y articula el ecosistema de apoyo emprendedor para agilizar la dinámica de la creación de nuevas empresas. La forma efectiva de crear riqueza en la sociedad es a través de una fuerte cultura emprendedora. Emprendedores exitosos generan oportunidades de trabajo, propician la movilidad social, y sirven como modelos para inspirar a otros. Endeavor identifica a los emprendedores más innovadores y con mayor potencial y les provee apoyo estratégico de excelencia para ayudarlos a llevar sus compañías al siguiente nivel. Promoviendo estas historias de éxito y generando iniciativas de impacto masivo, contribuye al desarrollo de la cultura emprendedora inspirando a las próximas generaciones de empresarios. Con su apoyo, nuevos emprendedores se inspiran, las empresas crecen, generan empleo, innovan, asumen su responsabilidad social y contribuyen a la transformación del país.

Brasil

*Servicio Brasileiro de Apoio a las Micro y Pequeñas Empresas (SEBRAE)*⁶⁸

SEBRAE fue creada en 1972 y es una entidad privada sin fines de lucro que tiene como misión promover la competitividad y e desarrollo sustentable de los micro y pequeños emprendimientos.

Los micro y pequeños negocios son esenciales para el desarrollo de Brasil y es necesario que actúen en un ambiente institucional que estimule la creación de empresas competitivas. SEBRAE actúa fuertemente en la búsqueda de ese ambiente. En Brasil, de acuerdo con Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE), existen 14,8 millones de micro y pequeñas —4,5 millones formales y 10,3 millones informales— que responden por 28,7 millones de empleos y por 99,23% de los negocios del país.

El trabajo de SEBRAE en ese segmento transforma la vida de las personas y ayuda al desarrollo sustentable de diversas comunidades, de manera comprometida con la construcción de un país mejor y de una sociedad más justa y equilibrada.

Chile

*Fundación Chol-Chol*⁶⁹

Es una organización de Comercio Justo, sin fines de lucro, cuya misión es contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de la población mapuche y campesina de la región de la Araucanía, a través del fortalecimiento del desarrollo económico y social autónomo de las familias y de la revaloración de su cultura.

Sus iniciativas buscan mejorar la calidad de vida de sus socios beneficiarios. Contribuyen activamente a la promoción del desarrollo y preservación de técnicas de elaboración ancestrales, contando con un sistema de comercialización de Textilería Mapuche basado en el Comercio Justo; fomentan la asociatividad y la autogestión y otorgan micro créditos y asistencia técnica; utilizan una

⁶⁷ <http://www.endeavor.org.ar/>

⁶⁸ <http://www.sebrae.com.br/paginaInicial>

⁶⁹ <http://www.cholchol.org/>

metodología de trabajo participativa y un enfoque integral hacia el desarrollo personal y productivo de las mujeres y sus familias.

Sus áreas de acción están orientadas a la realidad que vive la familia campesina y ponen especial atención a los problemas que le atañen:

- Desarrollo de textilería Mapuche. Esta área se asienta en cuatro pilares: Capacitación en técnicas de hilado, teñido natural y tejido a telar y palillo; microcrédito de lana; asistencia técnica posterior a la capacitación y permanente para los procesos de producción; y estándares de calidad e innovación para la textilería.
- Comercialización de textilería. El sistema comercial de fundación se basa en los estándares de comercio justo y actúa como intermediario sin fines de lucro en un proceso que busca promover la dignidad y mejores condiciones de trabajo para las tejedoras agrupadas en la Asociación Ñimi Kafe Pu Domo. Los objetivos de esta área son promover el acceso a los mercados, realizar el marketing de productos y la venta en mercados nacionales e internacionales.
- Emprendimientos Productivos. Cuentan con una amplia experiencia en capacitación de emprendimientos productivos para población rural. Actualmente apoyan el aprendizaje del cultivo y comercialización de plantas medicinales con dos grupos comunitarios de la Araucanía.

Colombia

*Fundaunibán*⁷⁰

Fundaunibán nació en 1987, bajo el nombre de Fundaurabá, entidad que inició su labor desarrollando programas de vivienda. Su origen fue el resultado de un acuerdo entre C.I.Unibán S.A., empresa colombiana dedicada a la comercialización de banano, sus productores bananeros asociados y el sindicato de trabajadores bananeros. En 1989, C.I.Unibán decidió, en unión con sus productores, adoptar una nueva misión para la Fundación, buscando, bajo unos claros principios metodológicos, mejorar las condiciones de vida de las comunidades a través de programas de inversión social de mayor impacto, consistencia y permanencia en el tiempo. Así nació la Fundación Social de Unibán (Fundaunibán).

Fundaunibán es una Corporación Social líder que contribuye al mejoramiento de las necesidades fundamentales de las comunidades que habitan las regiones bananeras y agroindustriales de Colombia, en las que actúen Unibán, sus sociedades vinculadas y otras organizaciones a las que la Corporación Social llegue a prestar sus servicios. Actúa preferentemente como una entidad que identifica necesidades, gestiona, asigna y controla recursos para garantizar su óptimo impacto social.

Diseñan, orientan y ejecutan programas de capacitación, asesoría, asistencia técnica, crédito y acompañamiento a organizaciones de economía solidaria, microempresas y empresas familiares rurales para contribuir al mejoramiento de los núcleos de productividad y competitividad en los distintos renglones de la economía de las regiones bananeras.

*Fundación Red Colombiana de Comercialización y Desarrollo Comunitario (REDCOM)*⁷¹

Un total de 70 organizaciones conforman hoy La Red Colombiana de Productores Comunitarios Ambientalmente Amigables. Se trata de comunidades indígenas, afrocolombianas y de campesinos minifundistas que participan en proyectos de producción y comercialización sostenible. Dichas

⁷⁰ www.fundauniban.org.co/

⁷¹ http://www.cajadeherramientas.org/red/docs/04_feb_2006.pdf

comunidades asumieron el reto de crear cadenas productivas y comerciales con el fin de conquistar nuevos mercados y mejorar la situación económica de sus familias.

La Red es apoyada por la alianza estratégica entre dos organizaciones privadas sin ánimo de lucro: la corporación Caja de Herramientas y el Fondo para la Acción Ambiental y la Niñez. Sus acciones son financiadas con aportes del Ministerio de Cooperación para el Desarrollo del Estado de los Países Bajos y de la cuenta de la Iniciativa de las Américas. Asimismo, tiene el respaldo del Programa de mercados verdes del Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial de Colombia.

El Salvador

*Fundación para la Cooperación y el Desarrollo Comunal en El Salvador (CORDES)*⁷²

CORDES, es una organización no gubernamental creada para promover el desarrollo económico social autogestionario, de carácter sustentable en comunidades rurales de El Salvador, en donde la pobreza y la destrucción que ocasionó la guerra son mayores, y que son integradas principalmente por familias de repatriados, desplazados, repobladores y desmovilizados. Fue fundada en 1988 y es dirigida por las comunidades rurales excluidas de los bienes y servicios del Estado.

Su esfuerzo está orientado a fortalecer el proceso autogestionario emprendido por las comunidades, así como también a contribuir al proceso de transformación y cambios de las estructuras socio económicas vigentes en el país.

México

*Sistema de Financiamiento Rural Alternativo (SIFRA)*⁷³

SIFRA es un programa que surgió bajo la iniciativa de la Secretaría de Desarrollo Rural de Jalisco en 1999, en coordinación con el Instituto tecnológico y de estudios superiores de Occidente (ITESO).

Es un sistema que busca incorporar al financiamiento formal a una parte de la población que no tiene acceso a el, mediante la constitución de una figura jurídica y la asignación de capital semilla por parte del gobierno del Estado para potenciar proyectos productivos, dando apoyo administrativo, financiero y organizativo, que permita elevar el nivel de vida de las familias.

SIFRA está constituido actualmente por nueve uniones con un total de 79 cooperativas municipales organizadas en cuatro regiones en el Estado: Centro-Altos, Costa, Sur y Sureste. El microfinanciamiento constituye una opción importante para promover el desarrollo de personas de bajos recursos que no pueden acceder a la oferta financiera de los bancos comerciales.

Perú

*Asociación para el Desarrollo Económico del Perú (ASODECO)*⁷⁴

La Asociación para el Desarrollo Económico del Perú —ASODECO PERU— es el brazo de servicios no financieros de World Vision, para la gestión de micro y pequeñas empresas en zonas rurales y urbanas marginales de Cusco. Desde el año 2000 capacita y asesora a artesanos, agricultores, comerciantes y otros para elevar su competitividad y sostenibilidad a través de la generación de competencias en el capital humano y su articulación al mercado.

⁷² http://www.geocities.com/lia_hernandez/Perfil.html

⁷³ http://portal.iteso.mx/portal/page/portal/Dependencias/Rectoria/Dependencias/Direccion_de_Integracion_Comunitaria/Dependencias/Centro_de_investigacion_y_formacion_social/servicios/financiamiento

⁷⁴ <http://www.visionmundial.org.pe/visionmundial.php?id=36>



NACIONES UNIDAS

Serie

C E P A L

mujer y desarrollo

Números publicados

Un listado completo así como los archivos pdf están disponibles en

www.cepal.org/publicaciones

93. Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos, Lidia Heller, (LC/L.3116-P), N° de venta: S.09.II.G.95, 2010.
 92. Two stops in today's new global geographies: shaping novel labor supplies and employment regimes, Saskia Sassen, (LC/L.2906-P), N° de venta: E/08.II.G.42, 2008.
 91. Indicators for monitoring the implementation of the Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination against Women, Daniela Zapata, (LC/L.2854-P/I), N° de venta: S.07.II.G.178, 2007.
 91. Indicadores para el cumplimiento de la Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer, Daniela Zapata, (LC/L.2854-P), N° de venta: S.07.II.G.178, 2007.
 90. La organización del cuidado de niños y niñas en Argentina y Uruguay, Corina Rodríguez, (LC/L.2844-P), N° de venta: S.07.II.G.167, 2007.
 89. El cuidado de la niñez en Bolivia y Ecuador: derecho de algunos, obligación de todas (LC/L.2843-P), N° de venta: S.07.II.G.168, 2007.
 88. Las metas del Milenio y la igualdad de género. El caso de Uruguay, Claudia Giacometti (LC/L.2832-P), N° de venta: S.07.II.G.145, 2007.
 87. El cuidado como cuestión social desde el enfoque de derechos, Laura C.Pautassi (LC/L.2800-P), N° de venta: S.07.II.G.133, 2007.
 86. La mujer indígena en Bolivia, Brasil, Ecuador Guatemala y Panamá: un panorama de base a partir de la ronda de censos 2000, Ricardo Calla (LC/L.2766-P), N° de venta: S.07.II.G.102, 2007.
 85. Violencia contra la mujer en la pareja: respuestas de la salud pública en Santiago de Chile, Patricia Provoste, (LC/L.2722-P), N° de venta: S.07.II.G.63, 2007.
 84. Violencia contra la mujer en la pareja: Respuestas de la salud pública en El Alto, Bolivia, Eliana Arauco Lemaitre, Rosario Mamani Apaza, Jimena Rojas Silva (LC/L.2721-P), N° de venta: S.07.II.G.62, 2007.
 83. Incorporando un módulo de uso del tiempo a las encuestas de hogares. Restricciones y potencialidades, Vivian Milosavljevic y Odette Tacla (LC/L.2709-P), N° de venta: S.07.II.G.57, 2007.
 82. Trabajo, educación y salud de las niñas en América Latina y el Caribe. Indicadores elaborados en el marco de la plataforma de Beijing, Daniela Zapata (LC/L.2708-P), N° de venta: S.07.II.G.56, 2006.
 81. Las metas del Milenio y la igualdad de género. El caso de Colombia, Silvia Lara (LC/L.2612-P), N° de venta: S.06.II.G.137, 2006.
- El lector interesado en adquirir números anteriores de esta serie puede solicitarlos dirigiendo su correspondencia a la Unidad de Distribución, CEPAL, Casilla 179-D, Santiago, Chile, Fax (562) 210 2069, correo electrónico: publications@cepal.org.

Nombre:

Actividad:

Dirección:

Código postal, ciudad, país:

Tel.: Fax: E.mail: