



Sistema Económico
Latinoamericano y del Caribe
Latin American and Caribbean
Economic System

Sistema Económico
Latino-Americano e do Caribe
Système Economique
Latinoaméricain et Caribéen

Desarrollando Mujeres Empresarias: La Necesidad de Replantear Políticas y Programas de Género en el Desarrollo de PYMES

Copyright © SELA, junio de 2010. Todos los derechos reservados.
Impreso en la Secretaría Permanente del SELA, Caracas,
Venezuela.

La autorización para reproducir total o parcialmente este documento debe solicitarse a la oficina de Prensa y Difusión de la Secretaría Permanente del SELA (sela@sela.org). Los Estados Miembros y sus instituciones gubernamentales pueden reproducir este documento sin autorización previa. Sólo se les solicita que mencionen la fuente e informen a esta Secretaría de tal reproducción.

C O N T E N I D O

PRESENTACIÓN

RESUMEN EJECUTIVO	3
I. INTRODUCCIÓN	7
II. DESCRIPCIÓN CONCEPTUAL Y ANTECEDENTES	9
III. PERFIL DE LA MUJER EMPRESARIA EN AMERICA LATINA Y EL CARIBE	16
IV. POLÍTICAS PÚBLICAS Y PROGRAMAS: ESTUDIOS DE CASO SELECCIONADOS	23
1. Argentina: Programa Nacional Mujer, Equidad y Trabajo	23
2. Estado Plurinacional de Bolivia: Plan Quinquenal para las mujeres (2006-2010)	24
3. Brasil: Políticas Nacionales para las Mujeres: Programa de Trabajo, Artesanado, Turismo y Autonomía de las Mujeres	24
4. Chile: Plan de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres 2000 – 2010	25
5. Colombia: Mujeres Constructoras de Paz y Desarrollo	26
6. Costa Rica: Política Nacional de Igualdad y Equidad de Género 2007-2017	27
7. Ecuador: Plan de Igualdad de Oportunidades 2005-2009	28
8. El Salvador: Política Nacional de la Mujer	28
9. Guatemala: Política nacional de promoción y desarrollo de las mujeres guatemaltecas	29
10. Honduras: Política Nacional de la Mujer	30
11. México: ProEquidad	31
12. Perú: Plan Nacional de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Varones 2006-2010	31
13. Uruguay: Ley de Igualdad de Derechos y Oportunidades entre hombres y mujeres	32
14. República Bolivariana de Venezuela: Plan de igualdad para las Mujeres (PIM) 2004-2009. Evaluación de los casos	32 35
V. RECOMENDACIONES DE POLÍTICA	36
1. Sector Productivo	36
a) Mayor acceso al financiamiento	37
b) Incubadoras de empresas de mujeres	39
c) Promoción de redes de mujeres empresarias	40
d) Programas de mentorías	41

e) Asociaciones público-privadas	41
f) Proceso de certificaciones	44
g) Capacitación empresarial	45
h) Promover que las PYMES de mujeres participen en los programas de compras del sector público	46
i) Conciliar familia y empresa	47
2. Políticas Sociales: Percepciones y Estereotipos	47
3. Desarrollo de estadísticas	47
VI. PROPUESTA DEL SELA PARA EL DISEÑO Y APLICACIÓN DE POLÍTICAS PÚBLICAS DE APOYO AL GÉNERO Y LAS PYMES	48
VII. CONCLUSIONES	50
BIBLIOGRAFÍA	51
GRÁFICO 1: Índice Global de Brecha de Género: Países de América Latina y el Caribe	10
GRÁFICO 2: Oportunidad y participación económica: 2009 Latinoamérica y Caribe	11
GRÁFICO 3: América Latina, Empleadoras(es), Datos expandidos, distribución y composición porcentual, sexo, países y zona urbana y rural	12
GRÁFICO 4: Categoría Ocupacional: No asalariados y Sexo	13
GRÁFICO 5: Desempleo Urbano: Diferencia Porcentual entre Sexos	14
GRÁFICO 6: Evolución del Desempleo Urbano por Sexos	15
GRÁFICO 7: Equidad de Género en Latinoamérica. Ramas Económicas: Diferencia Porcentual entre Sexos	20
TABLA 1: Tasa de Emprendedores en Estado Inicial	18
TABLA 2: Casos seleccionados para promover equidad de género en PYMES	33
TABLA 3: Cámaras y Asociaciones de Mujeres Empresarias en ALC	43

P R E S E N T A C I Ó N

El presente documento de la Secretaría Permanente del SELA, tiene como objetivo, presentar un panorama general sobre la situación de la mujer empresaria en los países de América Latina y el Caribe (ALC) y ofrecer recomendaciones de política pública, así como de programas y líneas de acción a nivel nacional y regional, que apoyen una mejor y mayor participación de la mujer en el mundo empresarial.

En el segundo capítulo se presenta una descripción conceptual sobre el tema y se señalan los antecedentes de la desigualdad entre hombres y mujeres, en general, al igual que entre hombres y mujeres empresarias, cuya raíz es estructural en América Latina y el Caribe. La inclusión de la perspectiva de género y equidad en las políticas públicas ha permitido avanzar en solventar la desigualdad, en atención a la agenda mundial.

En el tercer capítulo se describe el perfil de la mujer empresaria en la región, reconociendo que en su mayoría, son empresarias por necesidad más que por vocación y cuyo reto es superar el rezago en diversas áreas, entre las cuales es destacable la conciliación entre familia-trabajo, por lo que se considera que el tipo de políticas públicas debe ser diferenciado para impulsar las PYMES de hombres y mujeres.

El cuarto capítulo hace referencia a la necesidad de definir políticas públicas y programas adecuados para potenciar dicha capacidad, como consecuencia de las amplias perspectivas de crecimiento que ofrecen las mujeres en la creación de empleos y de desarrollo. Se hace mención y descripción de diversos tipos de programas aplicados en catorce países de la región, incluyendo una evaluación de los mismos.

En el quinto capítulo se presentan recomendaciones de políticas y programas que podrían ser útiles para permitir a los países en la región, ser más eficientes en la implementación de sus políticas de equidad de género, vinculadas a las mujeres empresarias.

El último capítulo presenta la propuesta del SELA para el diseño y aplicación de políticas públicas de apoyo al género y las PYMES, sugiriendo áreas y actividades que contribuyan a la articulación de dichas políticas. Finalmente se incluye una sección sobre Conclusiones

La Secretaría Permanente del SELA expresa su reconocimiento a la Dra. Luz María de la Mora Sánchez, por su trabajo como consultora para la realización de este estudio.

RESUMEN EJECUTIVO

Existen numerosos estudios sobre equidad de género para los países de la región que adoptando diferentes perspectivas, analizan la situación de la mujer en el mercado laboral de cada país y de la región en su conjunto. Organismos internacionales, ONGs y gobiernos han realizado cuantiosas conferencias y foros en torno a la participación de las mujeres en la economía, sobre todo en el mercado laboral y su potencial de contribución al desarrollo. Las propuestas y los esfuerzos para nivelar las condiciones para la mujer en el mercado laboral, en general, están presentes de diferentes formas y en diferentes foros. Sin embargo, hoy por hoy, el tema de PYMES de mujeres no es parte de la agenda económica y productiva de los países, lo que ha impedido a las mujeres y a los países de la región desarrollar su verdadero potencial.

Las mujeres emprendedoras están haciendo una diferencia, ya que constituyen un componente fundamental de la economía de los países y un apoyo fundamental al crecimiento económico de países de ingreso medio-alto, particularmente en la región de América Latina y el Caribe. Ante los efectos de la recesión económica mundial que se inició en septiembre de 2008, así como los impactos sobre el empleo y la pobreza, las mujeres empresarias deben tener un lugar prioritario en el escenario de las políticas públicas, por la capacidad que tienen para contribuir a crear oportunidades de empleo, emprendimientos y riqueza.

El presente Documento explica los avances y situación actual del tema en la región. Encuentra que las mujeres trabajadoras y empresarias siguen rezagadas en una diversidad de áreas: menor remuneración por igual trabajo, falta de movilidad y ascenso en empresas, falta de acceso a fuentes de financiamiento, escaso acceso a tecnologías de información, dificultad para un balance entre familia y trabajo, estereotipos y percepciones negativas sobre la mujer como empresaria, entre las más importantes.

Se ofrece un perfil general de las mujeres empresarias y sus empresas en Latinoamérica y el Caribe. Las mujeres empresarias desarrollan empresas diferentes a las empresas que desarrollan los hombres, lo que obliga a tener políticas y programas orientados a responder a diferentes realidades y necesidades. Las mujeres tienden a tener negocios más pequeños, en su mayoría, micro empresas y en mucha menor medida, empresas pequeñas y medianas en términos de ventas y de número de empleados. Generalmente se inician en la informalidad y así se mantienen y se concentran en sectores de servicios de bajo valor agregado (cuidado del hogar, confección, cosmético, cocina, etc.). Las mujeres inician sus empresas como una forma de conciliar trabajo y familia y toman sus decisiones a partir de criterios diferentes.

El presente estudio encuentra que las mujeres empresarias son actores económicos que requieren ser parte de una agenda económica, de la cual aún no son parte de manera integral en los países de la región. Resulta equivocado aplicar el mismo tipo de políticas públicas para impulsar las PYMES de hombres y mujeres, pero también resulta equivocado que las agencias responsables del desarrollo de políticas de PYMES en cada país, no sean los responsables de desarrollar las políticas para ellas.

El presente informe concluye que las políticas adoptadas por los gobiernos de la región para promover la equidad de género en la actividad económica, pero de manera específica en el sector empresarial y en el de las PYMES, tienen que venir de una perspectiva de desarrollo económico para realmente promover su potencial de creación de riqueza. Entre las conclusiones más resaltantes señalamos las siguientes:

4

- Las instituciones o ministerios para mujeres han sido las que han desarrollado las políticas y programas para mujeres empresarias, lo que no siempre ha permitido una vinculación al sector productivo.
- Las medidas menos generalizadas en la región para tratar el tema de equidad de género y PYMES han sido las vinculadas a las políticas de los ministerios de producción o economía. Las PYMES de mujeres requieren ser parte de una política integral de PYMES de los países, que a través de herramientas y proyectos diferenciados impulsen su desarrollo.
- Las herramientas tanto públicas como privadas que más se han utilizado en la región para promover la equidad de género vinculada a las PYMES están relacionadas con acceso a micro créditos, capacitación para la administración de micro y pequeñas empresas, apoyos a la comercialización vía participación en ferias y exposiciones de mujeres empresarias, creaciones de redes de mujeres empresarias y desarrollo de proyectos para mujeres de menores ingresos sobre todo en áreas rurales. Sin embargo, no están claramente articuladas y en la mayoría de los casos son proyectos aislados.
- Asimismo, dado que la mayoría de las empresas de mujeres están en el sector servicios es preciso impulsar políticas específicas para el desarrollo de este tipo de actividades, así como promover que dichos servicios incorporen mayor valor agregado; ello sólo se logrará vía la educación y capacitación.
- Existe un gran vacío en el acceso a créditos, pues las autoridades bancarias y la banca comercial aún tienen que establecer condiciones e instrumentos financieros que den acceso a créditos sustantivos, de largo plazo y a tasas de interés accesibles para las mujeres empresarias. Las microfinanzas son un buen inicio, pero no pueden ser el instrumento financiero para promover el desarrollo y el crecimiento; limitarse a las microfinanzas es limitar el potencial de desarrollo de estas empresas.

No obstante los avances logrados para lograr la equidad de género en la región, se requieren programas que conduzcan, entre otros, a aumentar el número de PYMES creadas por mujeres, pero sobre todo a garantizar su sustentabilidad y crecimiento. Se destaca la necesidad de considerar a las PYMES de mujeres como un sector central en las agendas de política pública de cada uno de los países de la región por una racionalidad puramente económica.

Cualquier recomendación de medidas a tomar para apoyar la participación de la mujer en las PYMES, debe priorizar directamente su concepción como agentes económicos. Resulta necesario adoptar acciones de carácter indirecto, orientadas al mejoramiento de la productividad y competitividad de los productos y servicios generados por las PYMES de mujeres, los cuales pueden ser de aplicación general para las PYMES como la simplificación de trámites burocráticos, educación financiera, difusión e información sobre los programas existentes, etc.

Las propuestas planteadas por la Secretaría Permanente del SELA en este documento para apoyar la equidad de género en las PYMES de la región apuntan a promover políticas que promueven el desarrollo económico. Se consideran tres áreas de acción particular que pudieran tener un impacto importante sobre el tema de equidad de género y PYMES:

1. Políticas del sector productivo orientadas a desarrollar y fortalecer PYMES de mujeres y a las mujeres empresarias, impulsando políticas, programas y actividades para dicho propósito. Entre los instrumentos que se sugiere utilizar para conformar esta política están los siguientes: a) mayor acceso al financiamiento; b) incubadoras de

mujeres empresarias; c) promoción de redes de mujeres empresarias; d) programas de mentorías; e) asociaciones público-privadas; f) proceso de certificaciones; g) capacitación sobre empresas, h) promover la participación de las mujeres empresarias en las compras del sector público, i) conciliación entre familia y empresa.

2. Políticas sociales que sensibilicen sobre la contribución de la mujer a la economía y orientadas a cambiar actitudes y percepciones.
3. Desarrollo de estadísticas para contar con mayor información, lo que permitirá una mejor toma de decisiones enfocada en las necesidades y grupos correctos.

Se sugieren actividades que el SELA podría promover para el desarrollo de estas recomendaciones:

1. Conferencia de Ministros de Economía para analizar las políticas públicas orientadas al desarrollo de mujeres empresarias, así como intercambiar experiencias de políticas públicas, programas y proyectos en la región, identificando casos de éxito y de fracaso.
2. Conferencia de responsables de los sistemas bancarios para examinar las políticas y programas de financiamiento y crédito para mujeres y para buscar desarrollar nuevos instrumentos financieros para las mujeres empresarias.
3. Seminario para analizar las mejores prácticas en torno a la conciliación familia-trabajo, que permita identificar las mejores formas de que las mujeres puedan cumplir con sus diversos roles en la sociedad.
4. Seminario de Mujeres Empresarias y el Sector Servicios.
5. Seminario sobre estadísticas de género: Contemos a las mujeres empresarias para que contemos con ellas.
6. Labores de difusión: elaborar monografías sobre mujeres empresarias para los países del SELA, promover realizaciones de Expo Mujer Empresaria y desarrollo de un portal para Mujeres Empresarias en el sitio del SELA.

Enfocarse en género y empresas, así como en políticas públicas y programas para mujeres y PYMES tiene un enorme valor económico; enfocarse en temas de género para las PYMES representa una buena política pública para todos y cada uno de los países del SELA, pues tendrá un impacto positivo directo sobre el bienestar de las comunidades en donde operan este tipo de empresas. Por ello el SELA se ha abocado a desarrollar este reporte que pretende contribuir a crear las condiciones de equidad para que un importante sector de la población desarrolle plenamente su potencial.

I. INTRODUCCIÓN

El Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe - SELA tiene como mandato "Promover la formulación y ejecución de programas y proyectos económicos y sociales de interés" de los países, entre los que se ha detectado la necesidad de promover una participación de la mujer más efectiva y equitativa mediante políticas y programas de género que promuevan el desarrollo de sus empresas en condiciones de equidad. Tradicionalmente la agenda de género se ha abordado sobre todo a partir de un enfoque social (no discriminación, educación, salud, etc.). Sin embargo, es fundamental desarrollar capacidades y recursos institucionales desde una perspectiva productiva y con una visión de género para realmente poder desarrollar y fortalecer a las mujeres empresarias en América Latina y el Caribe (ALC).

El propósito de este trabajo es ofrecer un panorama general sobre la situación de la mujer empresaria en los países de América Latina y el Caribe (ALC), así como identificar en dónde están las políticas y programas públicos y privados que deberían de apoyar a la mujer empresaria de la región. El presente trabajo busca ofrecer recomendaciones de política pública, así como de programas y líneas de acción a nivel nacional y regional que apoyen una mejor y mayor participación de la mujer en el mundo empresarial.

Existen pocos avances y grandes vacíos con respecto a la mujer empresaria en América Latina y el Caribe. Hasta el momento, la información sobre las mujeres dueñas o socias de PYMES es escasa (ver sección III).¹ Se conoce poco sobre sus características, formas de acceso al financiamiento, tipo de empresa y, más aún, su contribución al crecimiento productivo de sus países (Heller, 2010, p. 19). Conocemos más sobre las condiciones sociales y laborales de la mujer como trabajadora que como empresaria.

Tenemos que empezar por reconocer que en la región carecemos de estadísticas sobre mujeres empresarias. No tenemos una idea precisa ni a nivel de país y mucho menos a nivel de región de dónde están las mujeres empresarias, cuántas son, el tamaño de sus empresas, los sectores en los que operan, sus fuentes de financiamiento, sus capacidades para desarrollar e innovar, su contribución a la generación de empleo, la forma de conciliar empresa con familia, ni tampoco sobre las brechas de género que las mujeres empresarias enfrentan para iniciar, desarrollar y mantener sus empresas. No contamos con una buena base empírica que nos permita contar con un diagnóstico preciso para hacer recomendaciones de política pública. Partimos de una base empírica muy pobre, lo que limita de entrada la profundidad de este trabajo.

¿Por qué promover la equidad de género en las PYMES vía las políticas públicas? Las mujeres empresarias son fuente de crecimiento, prosperidad, empleo, innovación, en resumen, son un potente motor del desarrollo de cada país y de la región en su conjunto.² En promedio, 33% de las PYMES en el mundo son propiedad de mujeres (NAFINSA, p. 9). Apoyarlas es apoyar el crecimiento y el desarrollo económico y social de cada comunidad, cada país y de la región en su conjunto. En cada uno de los países de la región existe un déficit de políticas públicas y programas empresariales para impulsar de manera deliberada la equidad de género y la creación de PYMES en América Latina y el Caribe o que hayan incorporado a las mujeres como un apartado "particular" para

¹ La definición de PYMES para propósitos de este trabajo se refiere en su mayoría a micro empresas de subsistencia o autoempleo así como a pequeñas y medianas empresas, las cuales en el caso de las empresas de mujeres son los menos.

² Naciones Unidas. Mujer 2000. Igualdad entre los géneros, desarrollo y paz para el Siglo XXI. 5 al 9 de junio de 2000. Nota Informativa No 6. Nueva York. <http://www.un.org/spanish/conferences/Beijing/fs6.htm> (consultado el 2 de abril de 2010)

8

impulsar el desarrollo de PYMES. Este déficit refleja una falta de valoración y entendimiento del aporte que las mujeres pueden hacer a la sociedad si se crearan condiciones de equidad propicias para su desarrollo.

Las políticas públicas son el medio idóneo para crear el marco institucional que propicie las condiciones de igualdad en el acceso y distribución a los recursos, de modo que las mujeres puedan ser empresarias exitosas en sus distintos ámbitos. Diversos estudios realizados por la División de Asuntos Género de la CEPAL, encuentran que algunos de los retos fundamentales que enfrentan las mujeres para iniciar empresas está en “las desigualdades en la distribución, el acceso, el uso y el control de los recursos productivos” como la tierra, el financiamiento, o la información (Heller, 2010, p. 8). Para superar estas desigualdades que actúan como un freno al desarrollo económico de los países, se requiere más que buena voluntad; es fundamental contar con buenas políticas públicas en el ámbito económico, que consideren de manera integral la equidad de género y que de manera horizontal apoyen a las mujeres empresarias.

Promover la equidad de género en el sector empresarial y en particular en el de PYMES en los países de la región y en ésta en su conjunto representa una oportunidad de mayor crecimiento y desarrollo. La implementación de programas y políticas públicas para apoyar una efectiva participación de la mujer en el sector empresarial en condiciones de equidad, no es una cuestión de altruismo o de preferencias. Tampoco es una “cuestión de mujeres” o una propuesta que responde a una agenda aislada de mujeres abogando por su propia causa. La necesidad de que el tema sea parte integral de la agenda de políticas públicas orientadas al crecimiento y el desarrollo radica en la necesidad de crear las condiciones propicias y el entorno conducente para que las mujeres empresarias desarrollen su potencial. Es una forma de dar mayor poder económico creando condiciones de equidad para la participación de las mujeres en la economía y de darles a las mujeres empresarias, la oportunidad de estar en condiciones equivalentes a las de los hombres en lo que se refiere a políticas y capacitación para poder competir mejor en los mercados (APEC 2009, p. 42). En última instancia el resultado se verá reflejado positivamente sobre la dinámica económica y social de los países de la región.

Si bien el tema no es nuevo ni las propuestas son exclusivas ni exhaustivas, el presente reporte encuentra una severa brecha entre las políticas públicas que buscan impulsar la equidad de género y las orientadas a apoyar a la mujer empresaria en América Latina y el Caribe (ALC). Mientras las políticas de equidad de género no estén correctamente articuladas, el potencial de las mujeres empresarias en la región no será aprovechado. Para impulsar la equidad de género en las PYMES es preciso utilizar instrumentos de política económica más allá de los instrumentos que puedan ofrecer los ministerios o agencias responsables del tema de mujeres. Para lograr la equidad de género en las PYMES se requiere además, de políticas para eliminar la discriminación en el empleo y el mercado; que los ministerios responsables de actividades productivas (industria, comercio, agricultura, pesca, desarrollo tecnológico, etc.) establezcan políticas que promuevan las condiciones, ofrezcan los instrumentos, establezcan los incentivos y propongan las metas que lleven al desarrollo de PYMES de mujeres en condiciones de equidad de género. Es cierto que ha habido avances en lo que toca a la equidad de género, pues, prácticamente todos los países de la región la reconocen vía leyes y programas orientados a promover la equidad de género, atacando la discriminación en el lugar de trabajo, en el acceso a la salud y la educación, así como la violencia doméstica, pero aún queda por desarrollar una política pública desde el sector productivo que considere a las mujeres y sus empresas.

Hoy hay un escaso acervo legal y reglamentario en la región para promover la equidad de género en el sector productivo, que al considerar de manera integral cuestiones de administración y finanzas, acceso al crédito, mercadotecnia, innovación, seguridad social, conciliación entre trabajo y familia, etc. pudieran crear condiciones de equidad para el desarrollo exitoso de empresas de mujeres. En este sentido, este reporte propone que los países de la región adopten políticas públicas de equidad de género donde los ministerios responsables del sector productivo sean los principales promotores de que las mujeres y sus empresas puedan desarrollarse en las mejores condiciones. En la región aún falta encontrar las mejores fórmulas para que mujeres y hombres en sus diferentes contextos e interacciones cuenten con herramientas equivalentes para ser igualmente exitosos en sus empresas; el alcanzarlos pondrá a los países y a la región en mejor posición para alcanzar sus objetivos nacionales de desarrollo y crecimiento económico.

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) destaca que las mujeres emprendedoras están haciendo una diferencia, ya que constituyen un componente fundamental de la economía de los países y un apoyo fundamental al crecimiento económico de países de ingreso medio-alto, particularmente en América Latina y el Caribe (Allen 2008, p. 10). La contribución que las mujeres ya hacen a la economía de las comunidades en donde trabajan y su gran potencial de promover el crecimiento económico de sus comunidades, obliga a dar prioridad en la agenda de política económica y de desarrollo de los países. Enfocarse en género y empresas, así como en políticas públicas y programas para mujeres y PYMES tiene un enorme valor económico; enfocarse en temas de género para las PYMES representa una buena política pública para todos y cada uno de los países miembros del SELA, pues tendrá un impacto positivo directo sobre el bienestar de las comunidades en donde operan este tipo de empresas. Aquí es en donde este reporte pretende contribuir con los países miembros, para que puedan materializar una agenda de equidad en el desarrollo de las PYMES mediante recomendaciones de política pública y el fortalecimiento o creación de programas concretos que pueden realizar autoridades, sector privado, la academia y la sociedad en su conjunto, con el fin de hacer realidad la equidad de género en el mundo empresarial latinoamericano y caribeño. Una visión de género en las políticas de PYMES de la región contribuirá a fortalecer al sector empresarial en ALC en su conjunto.

I. DESCRIPCIÓN CONCEPTUAL Y ANTECEDENTES

En los países de América Latina y el Caribe la desigualdad entre hombres y mujeres, en general, al igual que entre hombres y mujeres empresarias es estructural. Una forma de atacar dicha desigualdad ha sido mediante la inclusión de la perspectiva de género y equidad en las políticas públicas (CEPAL LC/L.3175. p. 2). La región ha registrado avances en la agenda de género atendiendo la agenda mundial lanzada desde la Primera Conferencia Internacional de la Mujer de las Naciones Unidas en México en 1975. Los países miembros del SELA se han comprometido a desarrollar una serie de políticas, programas y proyectos dedicados a crear condiciones de equidad para la mujer en una diversidad de áreas (derechos humanos, educación, salud, empleo, etc.). Sin embargo, aún cuando existen leyes que promueven la equidad de género existe una enorme brecha entre la letra y la práctica y un gran vacío legal y de política para el desarrollo de la mujer y sus empresas en la región.

En la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer (1995), las representantes de 189 gobiernos adoptaron la Declaración y Plataforma de Acción de Beijing encaminada a eliminar los obstáculos a la participación de la mujer en todas las esferas de la vida pública y privada. En particular, la Plataforma de Acción de Beijing determinó que las disparidades económicas entre hombres y mujeres eran una de las 12 áreas de atención

10

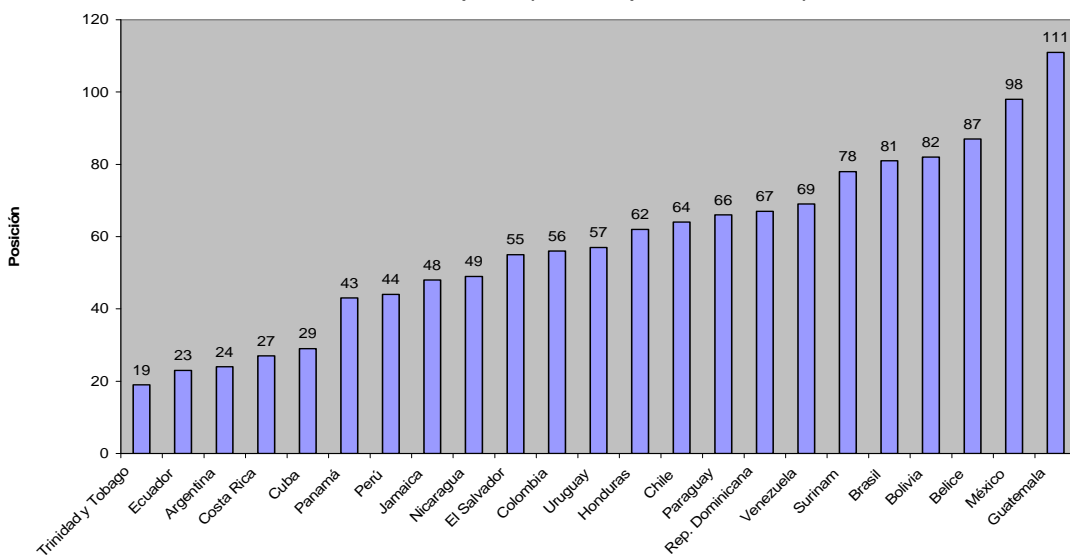
que requerían la adopción de medidas por parte de los Estados Miembros, la comunidad internacional y la sociedad civil. Se reconoció la necesidad de “promulgar leyes específicas y elaborar políticas para reforzar las aptitudes ejecutivas y profesionales de las mujeres, en particular para ayudarlas a dirigir sus propias empresas” dándoles mayor acceso a la información, tecnología, financiamiento y capacitación (ONU junio 2000). En 1997 la Comisión de la Condición Jurídica y Social de la Mujer de las Naciones Unidas propuso adoptar medidas adicionales para promover el potencial económico de la mujer, incluida la incorporación de una perspectiva de género en todas las políticas y programas económicos.

En 2000 la CEPAL revisó los avances y las propuestas en esta área. Se constataron avances en atención al cumplimiento de compromisos internacionales vinculados con la Agenda de la Mujer, así como con las Metas del Milenio para atacar la desigualdad, mediante la introducción de leyes y medidas que buscan promover la equidad en el acceso y control a recursos económicos. La Declaración adoptada en el marco de la IX Conferencia Regional de la Mujer en América Latina y el Caribe (Consenso de México) en 2004, estableció como uno de los acuerdos, adoptar políticas proactivas que fortalezcan la capacidad emprendedora de las mujeres (CEPAL, 2004, párrafo 6. v), sin embargo, a 15 años de la Conferencia de Beijing aún hay mucho camino por recorrer.

El Foro Económico Mundial ha desarrollado el Índice Global de Brecha de Género para medir la desigualdad entre hombres y mujeres en 134 países, que representan 90% de la población mundial. A partir de indicadores de educación, salud, oportunidad económica y representación política, el Reporte de 2009 encuentra que en América Latina y el Caribe las brechas de género más importantes están en los subíndices de participación económica y política. De hecho, existe un espectro muy amplio entre países de la región en donde Trinidad y Tobago presenta el menor nivel de desigualdad con el lugar 19, mientras que Guatemala presenta los mayores niveles de desigualdad con el lugar 111 de un total de 134 países considerados.

Gráfico 1

Índice Global de Brecha de Género: Países de América Latina y Caribe de un total de 134 países (90% de la población mundial)

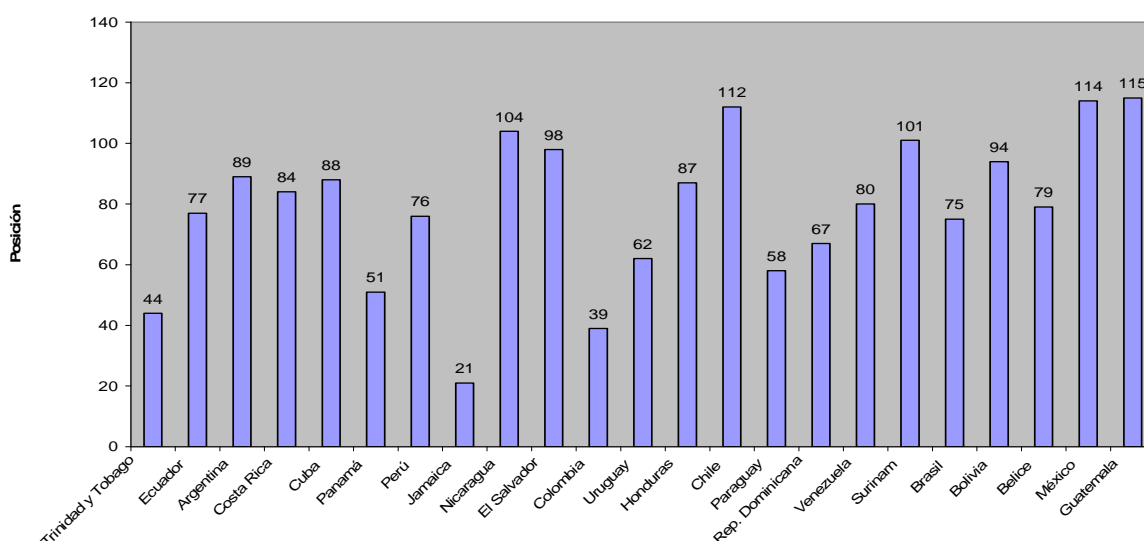


Fuente: Elaboración propia con datos del WEF, Global Gender Gap Report 2009.

En lo que toca específicamente al índice de oportunidad y participación económica, el Foro Económico Mundial encuentra una gran disparidad, en donde la menor desigualdad está en Jamaica con el lugar 21, seguido de países como Colombia (39), Trinidad y Tobago (44) o Panamá (51), en tanto que los países que ostentan mayores niveles de desigualdad son Nicaragua (104), Chile (112), México (114) y Guatemala (115).

Gráfico 2

**Oportunidad y Participación Económica: 2009
Latinoamérica y Caribe**



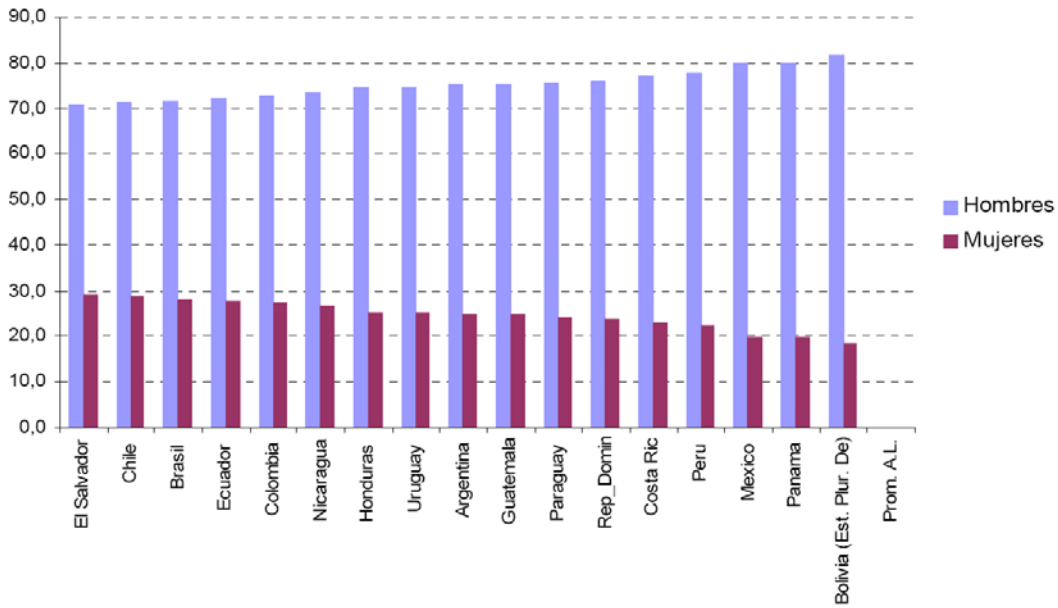
Fuente: Elaboración propia con datos del WEF, Global Gender Gap Report 2009.

La contribución de las mujeres a la economía en ALC es cada vez más significativa. La participación femenina en el mercado laboral de los países de la región pasó de 35% en 1980 a 53% en 2007 lo que ha apuntalado el crecimiento económico, la capacidad de consumo, la seguridad financiera de los hogares y ha sido un instrumento vital para contener la pobreza en la región (Pagés y Piras, 2010, p. 3). La participación de la mujer está sobre todo en la informalidad como puede ser el trabajo doméstico, trabajo familiar no remunerado y empleos de baja calidad, lo cual les da un acceso escaso o nulo a la seguridad social o a la protección social.

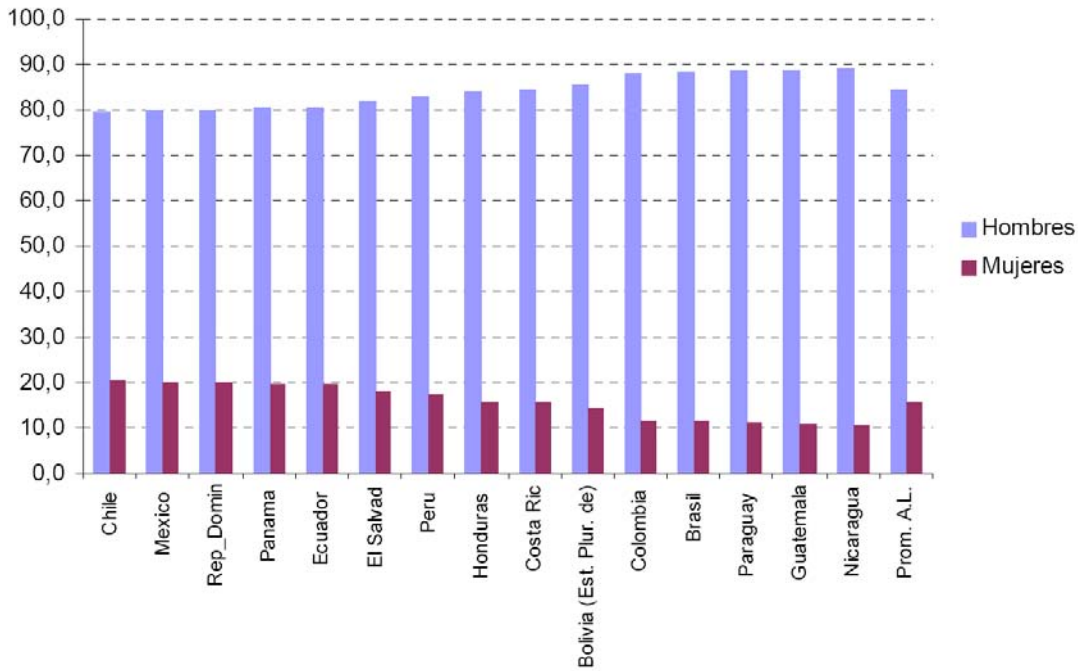
La brecha de género entre mujeres y hombres en el sector empresarial es mayor entre países de ingreso medio y bajo, en donde se ubica la mayoría de los países de la región, que entre países de ingreso medio-alto y alto. Aquí, una de cada cuatro mujeres que trabaja lo hace por cuenta propia (22%) y la mayoría lo hace en el sector informal. La proporción de mujeres empleadoras presenta la menor participación de mujeres entre las diferentes categorías ocupacionales en la región (Heller, 2010, p. 22). Si vemos el universo de empleadore(a)s en áreas urbanas, el nivel más alto de mujeres como porcentaje del total está en El Salvador con casi 30%, mientras que el más bajo está en el Estado Plurinacional de Bolivia con menos de 20%. En las áreas rurales la participación es aún menor. Las mujeres no representan más del 20% del total de los empleadores en Chile el país con mayor participación y el nivel más bajo está en Nicaragua con menos de 10%.

Gráfico 3

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



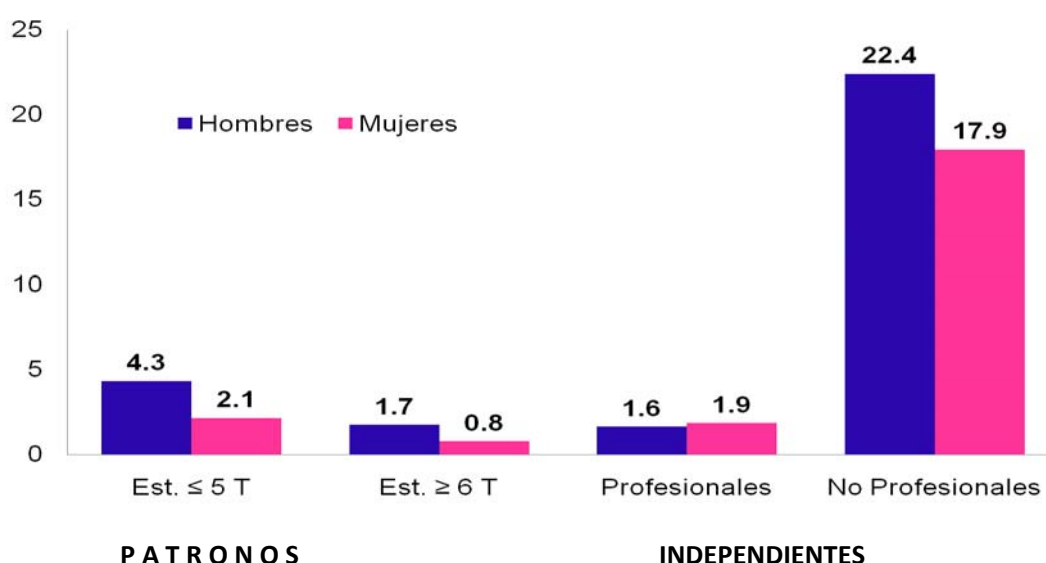
(Rural)



Fuente: Lidia Heller. CEPAL, 2010. p. 23.

Claramente, en América Latina la participación de la mujer como empleadora es baja. Entre la población no asalariada femenina (22.7% de la población ocupada femenina total), 9.4% de las mujeres son empleadoras en establecimientos con menos de 5 trabajadores y 3.5% en establecimientos con más de 6 trabajadores, es decir, 3 de cada 4 mujeres empleadoras se ubican en establecimientos de menos de 5 trabajadores, lo que muestra la propensión de las mujeres a mantener micro y pequeñas empresas.

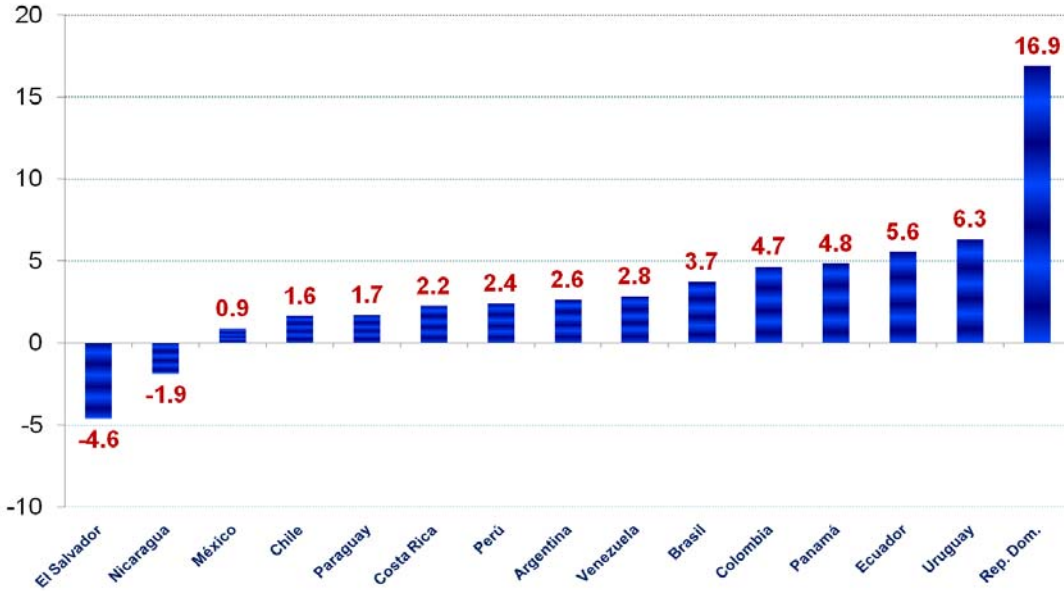
Gráfico 4
Categoría Ocupacional: No Asalariados y Sexos
(Promedio 2000, 2005-2008)



Fuente: Elaboración propia con datos de la Organización Internacional del Trabajo

Aun cuando las mujeres son un componente fundamental de la fuerza laboral, la desigualdad en el sector productivo también se refleja en que las mujeres sufren mayor nivel de desempleo en casi todos los países de la región, lo que también ha sido un motor para que las mujeres busquen fuentes alternativas de sustento, ya sea en el autoempleo o en el desarrollo de una empresa. En América Latina y el Caribe sólo El Salvador y Nicaragua reflejan una mayor desigualdad en términos de desempleo para hombres que para mujeres. En los demás países de la región los diferenciales van desde 0.9 de mayor desempleo para la mujer en México a 16.9% en R. Dominicana en donde se muestra el mayor diferencial.

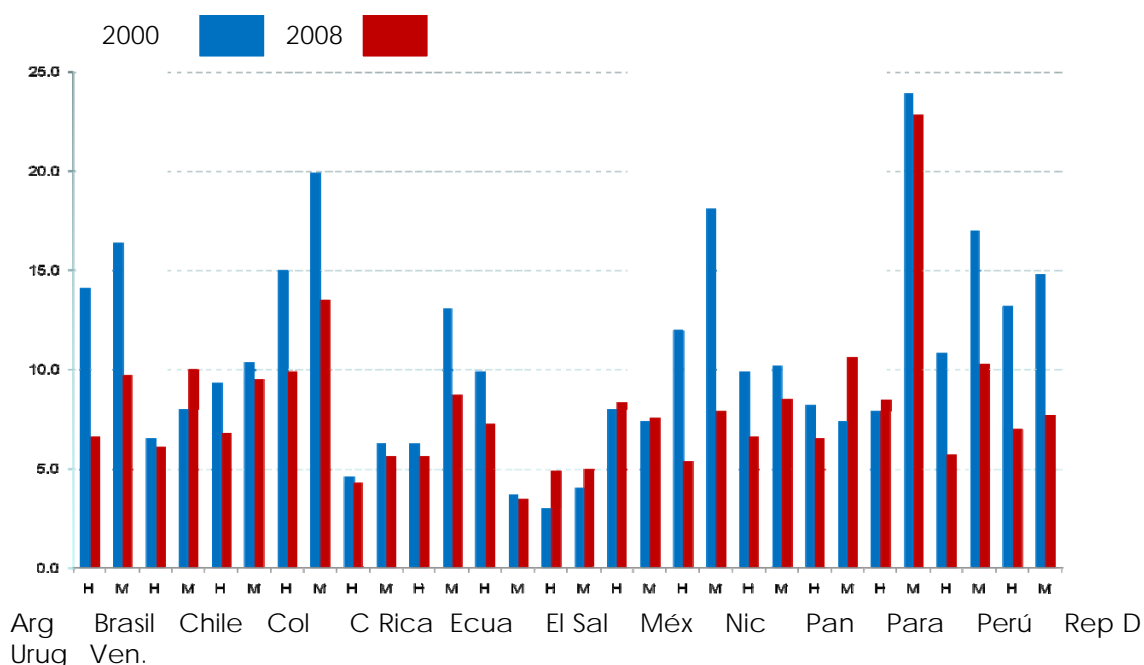
Gráfico 5
 Desempleo Urbano: Diferencia Porcentual entre Sexos
 (Promedio 2000-2008)



Fuente: Elaboración propia con datos de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) e INEGI para México.

Asimismo, el Gráfico 6 muestra que esta tendencia se ha mantenido sin cambio en el periodo 2000-2008, lo que significa que en la región las mujeres sufren de mayores niveles de desempleo que los hombres.

Gráfico 6
Evolución del Desempleo Urbano por Sexos
2000 vs. 2008



Fuente: Elaboración propia con datos de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) e INEGI para México.

Si desagregamos los datos, vemos que para los países de América del Sur, el mayor nivel de desigualdad se presenta en Uruguay con 6.3% y el menor en Chile con 1.6%. Para México y Centroamérica, el mayor nivel de desigualdad está en Belice con 9.2% y el menor en El Salvador con 4.6%. Para los países del Caribe, el mayor nivel de desigualdad está en República Dominicana con 16.9% y el menor en Las Bahamas con 1.5%.³ En suma, las condiciones adversas del mercado laboral que las mujeres enfrentan en los países de ALC ayudan a entender por qué ellas buscan la actividad empresarial como una mejor alternativa al empleo, subempleo o desempleo.

Aún en los casos en los que la mujer puede acceder a buenos niveles en el mercado laboral, también enfrenta brechas para obtener salarios iguales a los hombres o para poder desarrollar una carrera profesional.

Las mujeres se encuentran en desventaja para acceder a oportunidades de ascenso en su empleo. En lo que toca a puestos directivos, en el mundo las mujeres aún son una especie rara. Por ejemplo, en EE.UU. las mujeres sólo representan 3% de los directivos (CEOs) entre las 500 empresas más grandes, y ese número no se ha movido en los últimos 3 años.⁴ La participación de mujeres presidentes o gerentes generales en las 100

³ Elaboración propia con datos de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

⁴ Mary Ellen Egan. Top-Paid Female Chief Executives. Special Report. FORBES. (http://www.forbes.com/2010/04/27/ceo-salaries-bonuses-global-companies-forbes-woman-leadership-boss-10-top-paid-female-chief-executives.html?partner=daily_newsletter consultado el 4 de mayo de 2010)

16

empresas más grandes de América Latina es muy baja; las mujeres son presidentes o gerentes generales en solo el 3% de las 100 empresas más grandes de Argentina, Colombia y México, y esta participación es menor en Ecuador y Perú (2%) y en Brasil (1%) (Pagés y Piras 2010, p. 25). Ante esta realidad, el establecimiento de una empresa se presenta como una mejor opción a enfrentar el “techo de cristal”.

El reto para los países de América Latina está en encontrar la manera en que las mujeres estén en mejores condiciones para optar cómo desarrollar su potencial económico, ya sea a través de un empleo remunerado, a través del autoempleo o el establecimiento de una empresa y no por una necesidad que las empuje a ello. El desarrollo de este potencial pasa por la creación de condiciones de equidad y aquí las políticas públicas, sobre todo las que se orientan a fortalecer el sector productivo, son las que pueden propiciar un contexto para que mujeres y hombres puedan desarrollar sus empresas en condiciones de equidad. Ello implica que los países, desde sus estructuras institucionales públicas y privadas, generen políticas, programas y proyectos de y para mujeres empresarias que las consideren como agentes de cambio económico.

III. PERFIL DE LA MUJER EMPRESARIA EN AMERICA LATINA Y EL CARIBE

Las mujeres en ALC, en su mayoría, son empresarias por necesidad más que por vocación. Por trabajos iguales las mujeres ganan menos que los hombres. Estudios sobre el tema revelan que en general, en Latinoamérica y el Caribe, “los hombres ganan un 10% más que ellas y si se comparan hombres y mujeres de la misma edad y del mismo nivel de educación, la brecha de ingresos de las mujeres aumenta del 10% al 17%.” (Pagés y Piras, 2010, p. 18). Cuando perciben que no pueden obtener un salario decente o desarrollar una carrera con los mismos beneficios que los hombres, optan por buscar alternativas entre las que está el autoempleo o la creación de una empresa (APEC, 2009, p. 24). Esta motivación explica muchas de las deficiencias y obstáculos que enfrentan.

Las PYMES de mujeres son distintas a las PYMES de hombres. Surgen por razones diferentes y sus necesidades son diferentes. El mecanismo de Cooperación Asia Pacífico (APEC) realizó un estudio sobre mujeres empresarias en 4 países entre los cuales consideró a Chile y Perú. El reporte encuentra que las diferencias entre hombres y mujeres hacen que sean necesarias políticas diferenciadas dirigidas a las mujeres (APEC, 2009, p. 42). Hombres y mujeres operan de forma distinta, establecen empresas diferentes, desarrollan y administran sus negocios bajo criterios y metas diferentes. Las mujeres tienden a tener negocios más pequeños, a concentrarse en el sector servicios, buscan conciliar trabajo y familia, y toman sus decisiones a partir de criterios diferentes por lo que resulta equivocado aplicar el mismo tipo de políticas públicas para impulsar las PYMES de hombres y mujeres. Asimismo, los negocios liderados por hombres se enfocan sobre todo en aspectos financieros y económicos y tienen como parámetros evaluaciones de inversiones y rentabilidad. En cambio, las mujeres empresarias priorizan la calidad de vida sobre la rentabilidad de su empresa, sus avances son progresivos, con inversiones modestas, dado que no suelen contar con un capital importante, y recurren a sus propios recursos: conocimientos, gustos, formación educativa, inquietudes y experiencias de vida. Y sobre todo, buscan integrar la vida personal y familiar con su negocio o profesión (Ensinck, 2010).

Existen ciertos rasgos generales que nos pueden ayudar a definir el perfil de la mujer empresaria en América Latina:

- El motor detrás de la empresa de mujeres, como regla general, está en la necesidad económica más que en la identificación de una oportunidad o en un deseo de desarrollar una idea innovadora.
- Las mujeres son dueñas de empresas más pequeñas que las empresas de los hombres.
- El nivel de educación de las mujeres empresarias en ALC en general es más bajo que el de los hombres.
- Las empresas de mujeres en ALC operan de manera predominante en el sector servicios y están mejor posicionadas para atender nichos de mercado.
- Las mujeres empresarias enfrentan dificultades estructurales para acceder a crédito y capital limitado lo que impide que sus empresas crezcan al tiempo que carecen de acceso a educación financiera.
- La conciliación entre vida familiar y empleo muchas veces se resuelve a través de una empresa pero hace difícil el desarrollar la empresa.
- Las mujeres empresarias enfrentan estereotipos negativos sobre su capacidad para establecer y desarrollar una empresa.

Se ha identificado el tipo de motivación que conlleva a las mujeres a crear empresas, tales como:

1. Empresarias por necesidad. Los hallazgos del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) confirman que las mujeres en esta región son emprendedoras por necesidad. Parece haber una relación directa entre nivel de desarrollo y tasas de desarrollo de empresas, en el sentido de que, excepto para el caso de los Estados Unidos, los países más desarrollados presentan tasas más bajas de empresa mientras que los países más pobres presentan tasas más altas. Existe una relación aparente entre falta de empleo o niveles bajos de remuneración económica y el inicio de una empresa de las mujeres. Las mujeres en los estratos más pobres son las más afectadas por la desigualdad de género y la discriminación en el acceso al empleo, diferenciales de salarios y posibilidad de un desarrollo empresarial exitoso (CEPAL. LC/L.3175, p. 3). La vía de convertirse en empresaria es vista como una alternativa ante la falta de oportunidades para obtener un salario igual al del hombre o desarrollar una carrera en una empresa, como lo hacen los hombres. De hecho en la región es 4 veces más común que las mujeres inicien empresas que en países con elevados niveles de ingreso (Allen, 2008, p. 9).

En cuanto a género la encuesta del GEM para América Latina y el Caribe revela que 13,36% de los hombres que inician un negocio lo hace por el deseo de desarrollar una idea, mientras que éste sólo es el caso para 8,79% de las mujeres. En general, la Tabla 1 muestra que la tasa de creación de empresas en la región está muy por arriba de la tasa media de 7.25% entre los países encuestados por el GEM. El reporte 2007 del GEM sobre Mujeres y Empresas realizó investigaciones y aplicó encuestas en 43 países, entre los cuales 8 son de América Latina y el Caribe: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, República Dominicana, Perú, Uruguay, y Venezuela.⁵ Dicho Reporte encuentra que en los 8 países de ALC que participaron en el estudio, las mujeres inician más negocios que los hombres, básicamente por la necesidad de obtener ingresos económicos. La CEPAL encuentra que el incremento en el número de mujeres emprendedoras en la región ha sido escaso en la mayoría de los países de la región durante la última década, pasando de aproximadamente 2,5% en 1995 a 3,1% en 2006 (Heller, 2010, p. 35).

⁵ El reporte recoge las respuestas de 145,248 individuos, de los cuales 49.9 por ciento son mujeres. Allen, 2008.

Tabla 1
Tasa de emprendedores en estado inicial, 2008
Países selectos en América Latina (Encuesta aplicada a 43 países)

País	TEA 2008	Emprendedores	Lugar
Bolivia	29.82%	1 192 000	1
Perú	25.6%	4 358 000	2
Colombia	24.52%	6 571 000	3
República Dominicana	20.35%	1 012 000	5
Argentina	16.54%	4 006 000	7
México	13.09%	8 412 000	11
Chile	13.08%	Nd	12
Ecuador	Nd	957 000	13
Brasil	12.02%	14 644 000	14
Uruguay	11.9%	Nd	Nd

Fuente: Global Entrepreneurship Monitor. SEBRAE. Instituto Brasileño de Calidad y Productividad. 2008. Empreendedorismo no Brasil. Relatório Executivo. Curitiba, 2009. pp. 4-5

Las microempresarias cuentan con escasos recursos y equipo para producir, lo que resulta en procesos productivos de baja productividad y rentabilidad. El cumplimiento de trámites y el tiempo que lleva hacerlos pueden generalmente desincentivar a las mujeres a iniciar una empresa o la empujan a mantenerse en la informalidad. Por ejemplo, en Argentina, toma 31 días de trámites abrir una empresa según el reporte Doing Business del Banco Mundial comparado con los Estados Unidos donde se logra en seis días, mientras que en Brasil puede llevar hasta 152 días. Una excesiva tramitología conlleva mayores costos pero también hace que muchas emprendedoras inicien su actividad en la informalidad lo que puede dejarlas al margen del financiamiento, de operar con proveedores y clientes importantes y en definitiva, se vuelve un obstáculo para que la empresa crezca (Ensinck, 2010).

2. Las mujeres son dueñas de microempresas y pocas de empresas pequeñas, medianas o grandes. Las mujeres son dueñas de empresas más pequeñas que los hombres debido a una diversidad de factores, entre los que se encuentra de una manera muy importante la falta de acceso al crédito (ver abajo). Las empresas se mantienen a nivel micro o pequeñas con pocos empleados, pues no generan suficientes ingresos para retribuir adecuadamente el trabajo y recuperar la inversión o tienen dificultades para invertir y ampliar su empresa. De acuerdo con encuestas realizadas a nivel de empresas, los hombres tienen empresas con mayor número de empleados, ventas, costos y capital físico. Ese patrón sugiere que las mujeres tienen una menor tendencia a expandir sus empresas o enfrentan más dificultades para hacerlo, además de que las PYMES propiedad de mujeres tienden a ser menos productivas que las de los hombres. Asimismo, las mujeres se constituyen como microempresas en donde ellas son trabajadoras por cuenta propia y emplean a otros trabajadores en menor proporción que las empresas de hombres (Pagés y Piras, 2010, pp. 23).

Estudios recientes encuentran que la conciliación entre trabajo y el cuidado de la familia es un obstáculo para el crecimiento de las PYMES (ver abajo p. 14). Las mujeres enfrentan una mayor carga de trabajo en el cuidado de niños y en el hogar, lo que afecta negativamente el tamaño y el desempeño de una empresa (Pagés y Piras, 2010, p. 24). En sus empresas las mujeres enfrentan la necesidad de distribuir el tiempo, entre la

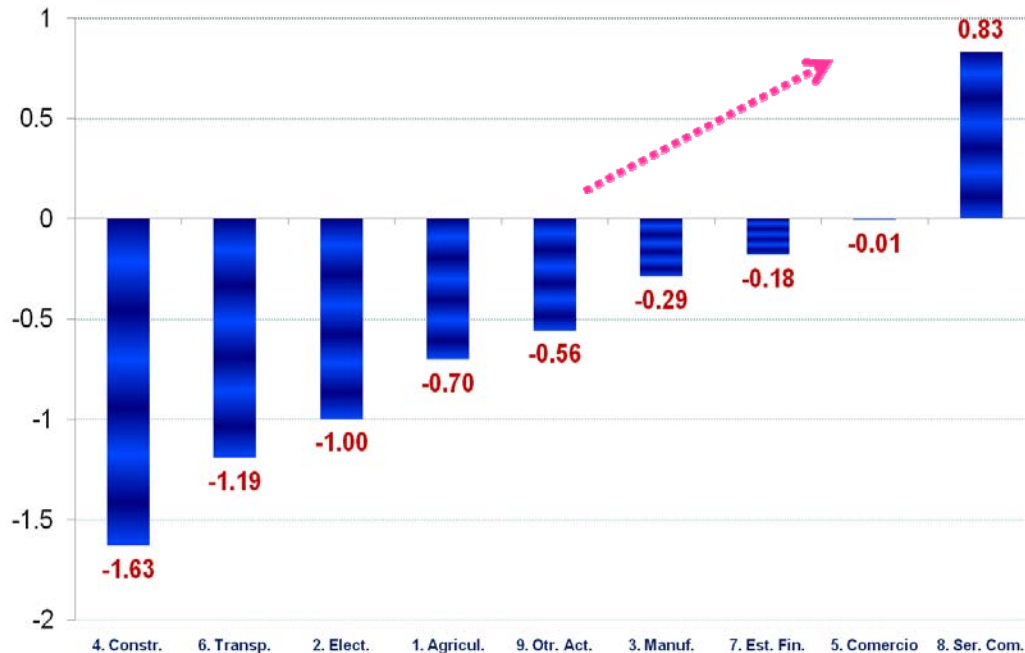
producción, la comercialización y sus responsabilidades familiares. Existe una correlación negativa entre el cuidado infantil y trabajo del hogar y el tamaño de las empresas propiedad de mujeres y su desempeño. Este patrón no se repite en el caso de empresas medianas o grandes en donde estas diferencias desaparecen (Bruhn, 2009). Por su menor tamaño, las PYMES de mujeres pueden estar en mejor posición para llenar nichos de mercado en vez de ubicarse en una competencia innecesaria con grandes actores nacionales y extranjeros.

3. El nivel de educación y/o capacitación de las mujeres empresarias en la informalidad es más bajo que el de los hombres. Además de contar con condiciones favorables que promuevan las oportunidades para emprender, la actividad empresarial conlleva una inversión en capital humano. La gran mayoría de los emprendedores en América Latina y el Caribe no reciben educación formal, entrenamiento o capacitación empresarial alguna en ningún ciclo escolar (elemental, secundaria o terciaria) o mediante una participación práctica en actividades empresariales mediante diversas modalidades de educación.

En lo que se refiere a los niveles de educación formal, para los países de ALC el porcentaje de mujeres con negocios en fases incipientes y las que ya tienen negocios establecidos, pero no tienen una educación secundaria es de 34.1 por ciento y 40.4 por ciento, respectivamente (Allen 2008, p. 9). Esto quiere decir que las mujeres con menores niveles de educación tienden a ser más emprendedoras lo que puede tener serias implicaciones sobre el tipo de empresas que se establecen sobre todo en el sector informal y sus posibilidades de crecimiento, sustentabilidad y desarrollo en el tiempo. Sin embargo, también es cierto que las empresarias en el sector formal y con empresas más grandes y mejor establecidas tienden a tener mayores niveles de educación.

4. Las empresas de mujeres se orientan sobre todo al sector servicios y atienden nichos de mercado. Como se muestra en el Gráfico 7 las mujeres en la región se ocupan sobre todo en el sector servicios comunales, en tanto que en el sector construcción tienen una menor participación. De igual forma las PYMES de mujeres se concentran de manera especial en actividades del sector servicios como distribución, servicios de consumo, ventas, bienes raíces, seguros, entre otros, que regularmente son percibidos como sectores de menor importancia para el desarrollo económico.

Gráfico 7
 Equidad de Género en Latinoamérica
 Ramas Económicas: Diferencia Porcentual Relativa entre Sexos
 (Promedio 2000, 2005-2008)



Fuente: Elaboración propia con datos de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

La mayor presencia de la mujer en el sector servicios se deriva también de las menores exigencias de capital inicial e infraestructura comparados con los sectores industrial, agropecuario o de construcción, por citar algunos ejemplos.

En este sentido, las mujeres empresarias concentran su actividad en el mercado interno y participan poco en la actividad exportadora. Esto también se explica porque habiendo muchas mujeres en el sector de servicios, generalmente el apoyo de los órganos de promoción de exportaciones se enfoca en productos y no en servicios, lo que pone a las empresas de mujeres en desventaja desde el inicio (ITC 2006). Es preciso notar que la mercadotecnia y promoción de los servicios es muy diferente de la venta de productos, ya sean manufacturas o productos agropecuarios. En el sector servicios, la tecnología y el valor agregado pueden ser determinantes para el éxito de las empresas, lo que normalmente conlleva educación, capacitación y capital. Dadas las deficiencias en estos rubros las PYMES de mujeres en estos sectores pueden estar perdiendo oportunidades para promover su desarrollo.

5. Las mujeres empresarias tienen limitado acceso al capital. Normalmente, las mujeres no cuentan con acceso a financiamiento, pues sus empresas son muy pequeñas y la naturaleza de sus empresas no cumple con los requisitos solicitados por las instituciones bancarias. Las mujeres empresarias normalmente se financian vía préstamos de familiares o amigos, ahorros personales o incluso sus proveedores. Las mujeres empresarias cuentan con menor disponibilidad de acceso al crédito en la banca comercial tradicional dado que en ocasiones no pueden cubrir los requisitos tradicionales para solicitar un crédito (por ejemplo: títulos de propiedad, garantías o avales que respondan por ellas). Capitalizarse les resulta muy difícil dadas las altas tasas de interés y los plazos cortos de los créditos, lo que no les permite contar con el apoyo

financiero que requieren para crecer. La regla es que el crédito bancario se concentra en empresas medianas o grandes y la empresaria PYME, en general, no tiene acceso.⁶

Solo en la última década, la banca comercial tradicional en la región ha comenzado a reconocer a las mujeres como sujetos de crédito y a considerar a la mujer como un segmento de mercado, ya sea como tomadora de crédito o como inversora. Una diversidad de bancos en la región ha establecido programas de cuentas de ahorros, créditos, etc. para mujeres, pero 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 su 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, estas mujeres emprendedoras 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 pudiera ser igual que el de los hombres. Existen 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 necesidad de poseer bienes y/o recursos productivos, así como demostrar un flujo constante de efectivo para ser sujetos de crédito lo que perjudica seriamente la capacidad de las mujeres de solicitar préstamos con propósitos productivos y de consumo en la banca comercial.

Las mujeres tampoco recurren a capital semilla (start-up capital), lo que si hacen los hombres. Esto se explica también porque las mujeres tienen menos acceso a capital de riesgo (venture capital) pero tampoco lo buscan por falta de conocimiento, información o porque sus empresas se ubican en sectores que no son tan intensivos en capital. Asimismo, las mujeres pueden ser más adversas al riesgo financiero y ser más conservadoras en su decisión de contraer obligaciones financieras (Maxfield, abril 2005, p. 2).

Por último pero no menor, las mujeres reciben poca o ninguna educación financiera a lo largo de sus vidas y eso no las prepara para la vida y mucho menos para desarrollar una empresa de manera exitosa.

6. La disyuntiva de conciliar familia y trabajo. La dificultad que el mercado laboral presenta en América Latina para que las mujeres puedan conciliar un trabajo formal con el cuidado de la familia ha sido un importante motor de búsqueda de fuentes de autoempleo en el sector empresarial, como una alternativa a la rigidez del mercado laboral. Una conclusión de la literatura sobre empresarios es que las mujeres tienden a ser empresarias porque al estar casadas y tener hijos obtienen la flexibilidad que este tipo de actividad les ofrece y les brinda mayores facilidades para la compatibilización de los roles familiares y laborales.⁷ En todas las culturas, pero de manera particular, en América Latina el cuidado de las familias representa una carga mucho mayor para la mujer que

⁶ Las mujeres empresarias en México. Instituto Nacional de las Mujeres. México. http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100583.pdf p. 5. (Consultado el 20 de abril de 2010)

⁷ La investigación fue hecha en EE.UU., el Reino Unido y algunos países de Europa. Simon C. Parker. p. 129.

22

para el hombre, lo que explica en gran medida la ausencia de éstas en lugares de toma de decisiones en la mayoría de las organizaciones (Heller, 2010, p. 24). Las mujeres se vuelven empresarias porque tienen menos tiempo para trabajos remunerados y eligen la flexibilidad antes que la remuneración o el progreso profesional, para conciliar sus responsabilidades en el hogar con la posibilidad de obtener un ingreso. Esto también explica el que las empresas de mujeres sean pequeñas y que no se desarrollen.

Aún hay pocas políticas de apoyo a la familia que permitan a las mujeres, sobre todo madres de familia, contar con un empleo que les permita conciliar sus responsabilidades familiares y laborales. La rígida estructura de los mercados laborales de los países de la región también ha sido un detonador para el inicio de empresas de mujeres. Por ejemplo, Chile como parte del Plan de Igualdad de Mujeres y Hombres 2000-2010 y con miras a mejorar las oportunidades de empleo e ingreso estableció medidas de conciliación entre la vida laboral y la vida familiar, para lo cual se diseñaron medidas en el área legislativa (Ley de post natal masculino) a la vez que se realizaron innovaciones importantes en los sistemas de cuidado infantil, creando un sistema de cuidado infantil alternativo que haga posible el acceso de las mujeres al trabajo (Chile 2005, p. 8). En este sentido, la actividad empresarial nuevamente deriva de una necesidad económica, pero también de la flexibilidad para utilizar su tiempo, más que de una motivación derivada de la detección de una oportunidad de mercado o el deseo de desarrollar una innovación.

7. Las mujeres enfrentan estereotipos negativos sobre su capacidad para hacer negocios. Resulta en extremo difícil cuantificar o medir el impacto del entorno social o de las percepciones que las sociedades tienen sobre el rol de la mujer en la sociedad, en la familia o en el mercado laboral, y más específicamente sobre los niveles de aceptación de las mujeres empresarias. Es cierto que los estereotipos y las ideas preconcebidas sobre el papel de la mujer en la casa y el trabajo en cada sociedad influyen las posibilidades de emprender y de emprender con éxito. El entorno social y cultural puede llegar a determinar el que las mujeres decidan buscar las oportunidades. Los estereotipos sobre la mujer presentes en la cultura nacional pueden operar en contra de las mujeres empresarias. Es común escuchar que “en cuestiones de negocios” es mejor tratar con hombre.⁸ Estos mismos estereotipos han llevado a que las mismas mujeres no busquen implantar “políticas de cuotas y acciones de tipo afirmativo” (Maxfield, abril 2005, p. 19).

En suma, la mujer empresaria en América Latina y el Caribe está sobre todo motivada por una necesidad económica, aunada a la necesidad de contar con la flexibilidad para atender sus responsabilidades familiares. Las PYMES de mujeres se ubican sobre todo en el sector servicios, cuenta con un escaso acceso a financiamiento para poder crecer y enfrenta deficiencias estructurales de acceso a información, capacitación para el manejo de su propia empresa y poco acceso a tecnologías de información. En términos muy generales, éste es el perfil de la empresaria PYME. A fin de nivelarle el terreno, es necesario que las políticas públicas y programas que son responsables de los temas de desarrollo económico se ocupen específicamente de las empresarias. Sólo así, las mujeres empresarias podrán superar la brecha de género y realizar las contribuciones que podrían realizar a la economía y el desarrollo de la región.

⁸ Instituto Nacional de las Mujeres. México. p. 8.
http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100583.pdf

IV. POLÍTICAS PÚBLICAS Y PROGRAMAS: ESTUDIOS DE CASO SELECCIONADOS

Las secciones anteriores nos han permitido tener un panorama claro sobre la contribución de las mujeres a las economías de la región, así como las oportunidades y obstáculos para su participación en el sector empresarial. Es evidente que las mujeres ofrecen un enorme potencial de crecimiento, de creación de empleos y de desarrollo, que requiere de las políticas públicas y los programas adecuados para potenciar dicha capacidad.

Prácticamente todos los países en ALC han creado entidades gubernamentales para tratar las políticas vinculadas a las Mujeres. Dichos ministerios o institutos han sido los principales promotores de políticas públicas, programas y planes de acción para las mujeres empresarias en la región. A continuación se mencionan brevemente algunas de las principales políticas y programas establecidos por algunos de los países de la región orientados a promover condiciones de equidad de género en el desarrollo de la actividad empresarial de las mujeres (ver Tabla 2). La selección de países y programas respondió ante todo, a la existencia de políticas de igualdad de género entre hombres y mujeres, así como a la disponibilidad de programas específicos que buscan apoyar el desarrollo de las mujeres empresarias en la región. Asimismo, con esta selección se buscó presentar una selección diversa del tipo de programas que se están desarrollando en la región.

1. Argentina: Programa Nacional Mujer, Equidad y Trabajo

En Argentina los temas de mujeres los lleva el Consejo Nacional de la Mujer (CNM) que es parte de la Jefatura de Gabinete de Ministros y está constituido por los Ministerios de: Desarrollo Social, Trabajo, Empleo y Seguridad Social, Salud, Educación, Ciencia y Tecnología, Economía y Producción, y Planificación Federal e Inversión Pública y Servicios. Dicho Consejo está a cargo del Plan para la Igualdad de Oportunidades entre varones y mujeres en el mundo laboral, que en el tema de promoción de empresas de la mujer propone:

- Promover la participación de las mujeres en la producción, estimulando su actividad emprendedora.
- Desarrollar materiales y metodologías de inducción y acompañamiento para mujeres que quieran generar su propio empleo en forma individual o asociada.
- Estimular la operatoria de líneas de financiación favorables para el desarrollo de microempresas productivos liderados por mujeres.
- Capacitar a las mujeres para la gestión y administración de su propia microempresa, con el fin optimizar su competitividad para una mejor inserción en el mercado, tanto en el medio urbano así como en el rural.⁹

En 2002 Argentina creó el Programa Nacional Mujer, Equidad y Trabajo que en coordinación con el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social de la Nación busca promover la igualdad de oportunidades para hombres y mujeres en el mercado laboral, dentro del esquema del Plan Jefes y Jefas de Hogar. Entre sus funciones incluye el desarrollo de una Red de Mujeres Emprendedoras. Ofrece asistencia técnica y elaboración de materiales de capacitación a las organizaciones con proyectos productivos de los programas del CNM: "Programa de Promoción del Fortalecimiento de la Familia y el Capital Social" -PROFAM- (con financiamiento del Banco Mundial) y del

⁹ Argentina. Decreto 254/98. Plan para la Igualdad de Oportunidades entre Varones y Mujeres en el Mundo Laboral. http://www.cnm.gov.ar/leg_nac/legislacion.htm (consultado el 30 de abril de 2010).

24

"Plan Federal de la Mujer" (con financiamiento del Banco Interamericano de Desarrollo). También ha desarrollado una base de datos de proyectos productivos y de servicios.

Como parte del impulso a la participación de mujeres en el mercado laboral, Argentina introdujo una reducción de las contribuciones del empleador a la Seguridad Social. Dicha reducción es equivalente a la mitad de las contribuciones vigentes cuando el trabajador que se contrate para ocupar el nuevo puesto de trabajo, sea una mujer jefe de hogar de cualquier edad o una mujer de hasta 24 años.¹⁰

2. Estado Plurinacional de Bolivia: Plan Quinquenal para las mujeres (2006-2010)

En el Estado Plurinacional de Bolivia (EPB) el tema equidad de género es responsabilidad del Viceministerio de Asuntos de Género, Generacionales y de Familia del Ministerio de Justicia. El Viceministerio ha incorporado la dimensión de género en el Plan General de Desarrollo Económico y Social (PGDES) y ha propiciado la incorporación de dicha dimensión en los Planes de Desarrollo Departamentales (PDDs) y los Planes de Desarrollo Municipales (PDMs). Ha establecido el programa de Presupuestos Sensibles al Género e indicadores de género para elaborar presupuestos públicos y la implementación de indicadores de equidad de género.

El EPB también ha establecido el Decreto Supremo No. 24864 sobre la Igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, que prevé la igualdad de derechos en los ámbitos político, económico, sociocultural y la incorporación transversal de contenido de género en las políticas públicas.

El Plan Quinquenal para las mujeres (2006-2010) elaborado por el viceministerio en coordinación con las asociaciones de base e instituciones gubernamentales, establece un componente económico productivo basado en otorgar capital a mujeres del área rural a fin de mejorar su patrimonio y acceso al crédito. Para implementar las acciones se estableció una Gerencia de Desarrollo Productivo y Laboral la cual está enfocada en el empoderamiento económico de las mujeres para su participación en mejores condiciones en el mercado de trabajo y en la ejecución de iniciativas económico-productivas, entre otros. Para el logro de dicho objetivo se dispuso el asesoramiento integral vía la asistencia técnica para el mejoramiento de la producción y gestión empresarial con enfoque de género y derechos humanos (Centro de Promoción de la Mujer Gregoria Apaza 2006, p. 8).

3. Brasil: Políticas Nacionales para las Mujeres: Programa de Trabajo, Artesanado, Turismo y Autonomía de las Mujeres

Durante la primera administración del Presidente Lula se creó la Secretaría de Políticas para Mujeres (SPM) con el propósito de incorporar los temas de género en las políticas públicas y crear las condiciones necesarias para que las mujeres puedan ejercer de manera plena su ciudadanía. La Secretaría asesora al Presidente de la República en la formulación, coordinación y articulación de políticas para las mujeres y elabora e implementa campañas educativas y no discriminatorias, entre otras actividades. Sus acciones las desarrolla de manera conjunta e integrada con todos los Ministerios y

¹⁰ Ley Nacional 25.250, Título I, artículos 2º y 3º Reforma laboral: estímulo al empleo estable incorporación de dos incentivos para el empleo de mujeres. http://www.cnm.gov.ar/leg_nac/legislacion.htm (consultado el 30 de abril de 2010).

Secretarías Especiales del Gobierno de Brasil. Desde el 2008 tiene como estructura básica el Consejo Nacional de los Derechos de la Mujer, el Gabinete y tres Subsecretarías.¹¹

Las conferencias nacionales de mujeres que la SPM realizó en 2004 y 2007 en Brasil con amplia participación de mujeres de diversos sectores sociales y políticos, fueron la base para la formulación de las políticas públicas orientadas a la promoción de la igualdad de género. De dichos debates resultaron varias Políticas Nacionales para las Mujeres, entre las que se destaca la política para impulsar la autonomía económica e igualdad en el mundo del trabajo como inclusión social. Para ello la SPM desarrolló el Programa de Trabajo, Artesanado, Turismo y Autonomía de las Mujeres con el fin promover la autonomía económica y financiera de las mujeres, así como su mayor acceso al mercado de trabajo y el apoyo a sus empresas vía asociaciones, cooperativas y actividades comerciales en los sectores laboral, turístico y artesanal. Para impulsar estas empresas, por ejemplo, en el sector turístico se ofrece apoyo técnico y financiero y se prevé la creación de redes entre organismos institucionales de políticas para mujeres, grupos del sector turismo, organizaciones de mujeres, organizaciones de autogestión y demás instituciones relacionadas a la micro y pequeña empresa.

4. Chile: Plan de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres 2000 – 2010

En Chile, el Servicio Nacional de Mujeres (SERNAM) se creó en 1991 en respuesta a los compromisos internacionales contraídos por Chile al ratificar la Convención de Naciones Unidas sobre Eliminación de Todas las formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW) y suscribir otros acuerdos vinculados con el progreso de las mujeres. Chile estableció el Plan de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres 2000 – 2010 que considera la participación de la mujer en la economía como uno de los ejes de las políticas públicas de género. En 2003, el Consejo de Ministros para la Igualdad de Oportunidades (creado el año 2000) estableció el eje Mujer y Trabajo, como un aspecto fundamental a desarrollar por el Gobierno para impulsar la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres. Como parte del Plan se establecieron acciones para microempresarias, así como iniciativas productivas y asociativas (Chile 2005, p. 8).

Chile estableció el Programa “Mejorando la Empleabilidad y las Condiciones Laborales de las Mujeres Jefas de Hogar”, dado que la participación de la mujer chilena en el mercado laboral presenta los índices más bajos en la región. La Ley 20.348 que asegura salarios iguales para hombres y mujeres es de reciente aprobación (junio de 2009), sin embargo, en Chile en los últimos años ha habido un boom en la participación de las mujeres en el sector empresarial. En Chile hay 513 mil empresarias y representan 33% del total de los empresarios, mientras que en el 2003 sólo eran el 20%. Se espera que en 2010 este porcentaje alcance el 50% (APEC, 2009, p. 24).

En lo que toca a la participación de las PYMES de mujeres en el comercio exterior, ProChile es uno de los pocos órganos de promoción de exportaciones en la región que ha desarrollado programas dirigidos a mujeres a fin de que se inserten en el mundo de las exportaciones. En su portal figuran historias de éxito de mujeres empresarias. En 2009 ProChile estableció cursos de capacitación para mujeres empresarias interesadas en exportar, destacando la importancia de la información comercial en el proceso exportador, talleres regionales gratuitos de capacitación y difusión de los instrumentos de

¹¹ Secretaría Especial de políticas para Mujeres
http://www.presidencia.gov.br/estrutura_presidencia/sepm

26

ProChile orientados a las mujeres empresarias o futuras empresarias, así como talleres de capacitación en el fortalecimiento empresarial exportador.¹²

5. Colombia: Mujeres Constructoras de Paz y Desarrollo

En 1999 Colombia creó la Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer (CPEM) como responsable de institucionalizar la equidad para las mujeres como una política de Estado. En su Plan Nacional de Desarrollo, Colombia estableció su política Mujeres Constructoras de Paz y Desarrollo, la cual se implementa vía la Concertación de Agendas y el Acuerdo Nacional por la Equidad. El empleo y desarrollo empresarial de las mujeres se identificaron como ejes y áreas programáticas para desarrollar como parte de la política de mujeres.

Para mejorar la calidad de vida de las mujeres rurales, sobre todo las de bajos recursos, Colombia ha desarrollado leyes (Ley 731 de 2002) que apoyan las actividades de las mujeres en sectores como turismo rural y ecológico, artesanías, joyería, así como la comercialización, transformación de productos y prestación de servicios asociados a dichos sectores. Otra forma de apoyar las actividades empresariales de las mujeres ha sido la disposición sobre la titulación de predios de reforma agraria a las empresas comunitarias o grupos asociativos de mujeres rurales que reúnan los requisitos exigidos por la ley. Con ello se garantiza el acceso preferencial a la tierra de las mujeres jefas de hogar lo que le da mayor viabilidad a sus empresas.¹³ Igualmente Colombia ha instituido en su ley (Ley 823 de 2003) el compromiso de brindar apoyo tecnológico, organizacional y gerencial a las micro, pequeñas y medianas empresas dirigidas por mujeres y a las que empleen mayoritariamente personal femenino.¹⁴

La Oficina de la Presidencia de Colombia también ha desarrollado el Programa Mujer Cabeza de Familia Microempresaria Estratos 1 y 2, Sector Urbano y Rural para promover el empoderamiento y el desarrollo social y económico de las mujeres. Dicho Programa promueve que las entidades oficiales de crédito y aquellas en las que el Estado tenga alguna participación, desarrollen programas especiales de crédito, asesoramiento técnico y vigilancia para las empresas y programas, que tengan por objeto apoyar a la mujer cabeza de familia que tenga un negocio o microempresa con al menos 1 año de funcionamiento. Funciona en base a 3 componentes:

- a) Crédito: El Banco Agrario ofrece créditos a tasas de interés más favorables. Los recursos provienen del Departamento Administrativo de la Presidencia de la República con los que se creó un fondo de garantías que habilita desembolsos. Los proyectos no agropecuarios son evaluados por una ONG seleccionada por el Banco Agrario mientras que los agropecuarios son evaluados por las Secretarías de Agricultura de los Departamentos. Los proyectos que resultan técnica y financieramente viables, acceden a créditos cuyos montos van desde 550.000 pesos colombianos hasta 2'000.000 en lo urbano y desde 550.000 hasta 25 salarios mínimos legales para los proyectos rurales.

¹² http://www.prochile.cl/mujeres_empresarias/indice.php (Consultado el 14 de abril de 2010)

¹³ Congreso de Colombia. Diario Oficial No. 44.678, de 16 de enero de 2002. http://equidad.presidencia.gov.co/Es/Consejeria/Documents/leyes_fav/ley_731_de_2002.pdf (consultado el 10 de mayo de 2010).

¹⁴ Congreso de Colombia. Ley 823 de 2003. Diario Oficial No. 45.245, de 11 de julio de 2003. http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2003/ley_0823_2003.html (Consultado el 10 de mayo de 2010)

- b) Capacitación: Mediante Jornadas Pedagógicas, la CPEM en articulación con el Banco Agrario y el Fondo Nacional de Garantías, desarrolla consultorios empresariales para capacitar a las mujeres en áreas como formulación de proyectos o planes de negocios.
- c) Acompañamiento: Es realizado por ONGs o las Secretarías de Agricultura o Centros provinciales según sea el caso. Las labores de seguimiento las realiza un Comité y se promueve una coordinación departamental a partir de Comités Departamentales que definen y seleccionan las líneas productivas, establecen los lineamientos para las beneficiarias, remiten la metodología del Programa a los Municipios, coordinan la recepción de los proyectos y los remiten a ONGs en el sector urbano y a la Secretaría de Agricultura en el sector rural. También apoya eventos de capacitación, así como el proceso de asesoría técnica y acompañamiento en la ejecución de los proyectos que apruebe el Banco Agrario.¹⁵

6. Costa Rica: Política Nacional de Igualdad y Equidad de Género 2007-2017

En abril de 1998, la Asamblea Legislativa de Costa Rica aprobó la creación del Instituto Nacional de las Mujeres, INAMU (Ley de la República N° 7801) como entidad autónoma y descentralizada. Con ella se creó la posición de Ministra de la Condición de la Mujer, quien también actúa como Presidenta Ejecutiva del INAMU. El Instituto busca implementar políticas públicas orientadas al logro de equidad entre los géneros, buscando que los resultados se expresen en el ámbito regional y local.

El Plan Nacional de Desarrollo 2006-2010 de Costa Rica establece como uno de sus ejes de política la autonomía económica de las mujeres y superación de la pobreza. Estableció una Política Nacional de Igualdad y Equidad de Género 2007-2017, que tiene entre sus objetivos desarrollar una infraestructura social para el 2017 que permita una verdadera conciliación entre el cuidado de la familia y las responsabilidades laborales de las mujeres. En lo que toca al empleo, se considera a la empresa de mujeres como una forma de crear nuevas fuentes de empleo y de reducir la brecha de género en cuanto a empleo e ingresos.

El INAMU ha ofrecido programas y acciones en diferentes ámbitos (capacitación, acceso al crédito) con el fin de dar poder a la mujer empresaria en Costa Rica. Entre las actividades están las de capacitación a mujeres en formación humana como parte de su estrategia interinstitucional de atención a las mujeres en condiciones de pobreza. En lo que se refiere a acceso al crédito y el sistema financiero, la Política Nacional para la Igualdad y la Equidad de Género reconoce que la oferta de servicios de las instituciones estatales (capacitación, crédito y acceso a mercados), dirigidos a apoyar a mujeres jefas de hogar pobres o microempresarias, ha operado de manera desarticulada y no siempre responde a sus necesidades y demandas, lo que ha afectado significativamente las posibilidades de éxito de las iniciativas para el mejoramiento de los ingresos y calidad de vida de las mujeres (Costa Rica 2007, p. 7). Para apoyar el desarrollo de PYMES de mujeres estableció una ventanilla única, con sedes regionales, para garantizar la articulación de la oferta de servicios dirigida a apoyar proyectos productivos y microempresas de mujeres, de tal manera que se logre un respaldo efectivo y un encadenamiento real del ciclo capacitación-financiamiento-comercialización, especialmente en el caso de las jefas de hogar ubicadas bajo la línea de pobreza en la zonas urbana y rural.

¹⁵ <http://equidad.presidencia.gov.co/Es/Portafolio/Paginas/Microempresaria.aspx> (consultado el 10 de mayo de 2010).

28

Entre las atribuciones del INAMU destaca la de promover y facilitar la creación y el funcionamiento de un fondo para fomentar actividades productivas y de organización de las mujeres (Art.4). Para ello el INAMU suscribió un Convenio de Cooperación Interinstitucional con el Banco Nacional, el Banco Popular y con el Instituto de Fomento Cooperativo, INFOCOOP para permitir el acceso al crédito a las mujeres dueñas de micro y pequeñas empresas rurales y urbanas. Específicamente, el Banco Popular inició las operaciones en 2004 de su Programa Popular Desarrollo por medio del cual inició un proceso de sensibilización de sus ejecutivos de cuenta por el tema de equidad género y colocó alrededor de un 20% de sus operaciones en empresas de mujeres. En este mismo sentido se estableció la Directriz Presidencial No. 015 (29 de enero de 1999) orientada al sector bancario con el fin de alcanzar la igualdad y equidad de género en el sector. Dicha disposición busca disminuir las brechas de género mediante la canalización de recursos disponibles, el otorgamiento de crédito a pequeños y medianos productores y microempresarios, dando atención especial a las mujeres que se dediquen o emprendan tales actividades.

El INAMU instaló una Comisión Interinstitucional para la Empresariedad de las Mujeres, integrada por instituciones del sector productivo. Busca vincular los grupos de mujeres empresarias con programas relacionados con fondos específicos, transferencia tecnológica, constitución de cadenas que generen valor agregado, crédito, insumos, infraestructura, etc.¹⁶ Específicamente, en el área productiva el Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Costa Rica en 2005 estableció el Programa Creando Empresarias, que atiende y orienta la demanda de capacitación de las mujeres con ideas de negocios según sus necesidades, y está especialmente dirigido a apoyar la elaboración de sus propios planes de negocios. Estos cursos los ofrece la Dirección General de Pequeña y Mediana empresa -DIGEPYME- de dicho ministerio.

7. Ecuador: Plan de Igualdad de Oportunidades 2005-2009

En 1997 Ecuador estableció el Consejo Nacional de las Mujeres el cual fue sustituido en 2009 por decisión del Presidente Correa por el Consejo Nacional de Igualdad de Género. Como parte del Plan de Igualdad de Oportunidades 2005-2009 se instituyó el Fideicomiso Productoras, que se centró en las microfinanzas como el mecanismo de empoderamiento para fortalecer las empresas de las mujeres. El Fideicomiso operó a través de fondos reembolsables y no reembolsables. Los primeros estuvieron destinados a la canalización de recursos hacia mujeres emprendedoras con una empresa de bienes y/o servicios en funcionamiento por lo menos un año, en tanto que los segundos se ofrecieron para apoyar a micro financieras.¹⁷

8. El Salvador: Política Nacional de la Mujer

En 1996 se creó el Instituto Salvadoreño para el Desarrollo de la Mujer (ISDEMU) que tiene como responsabilidad diseñar, dirigir, ejecutar y vigilar el cumplimiento de la Política Nacional de la Mujer (PNM). En el ámbito del desarrollo económico sustentable, dicha política prevé el desarrollo de acciones para que la participación de las mujeres en el mercado laboral se dé en condiciones de equidad. También busca incrementar la preparación de las mujeres en las distintas ramas y grupos ocupacionales de la producción económica.

¹⁶ Costa Rica. INAMU.

http://www.inamu.go.cr/index.php?option=com_content&view=article&id=34&Itemid=1498 (consultado el 15 de abril de 2010).

¹⁷ http://www.americalatinagenera.org/es/index.php?option=com_content&view=article&id=948&Itemid=257. (consultado el 10 de mayo de 2010).

La PNM intenta mejorar la condición y elevar la posición de las mujeres rurales mediante la actualización de la normativa agraria para asegurar la igualdad de derechos, el acceso a información, a los mercados, a la educación formal y no formal con enfoque de género y a propiciar su participación e incidencia en la toma de decisiones para el desarrollo rural. Promueve un acceso más igualitario a los recursos económicos y productivos - entre ellos a mecanismos e instituciones de ahorro y crédito-, así como a sus derechos de propiedad y el acceso a la tierra, a la asistencia técnica, al empleo, a los mercados, al comercio y a la capacitación y actualizar la normativa agraria para promover la seguridad jurídica de las mujeres sobre los recursos naturales y productivos (ISDEMU, Política Nacional de la Mujer, pp. 19-23).

9. Guatemala: Política nacional de promoción y desarrollo de las mujeres guatemaltecas

La Secretaría Presidencial de la Mujer (SEPREM) fue creada en 2000 como dependencia directa del Ejecutivo. SEPREM se encarga de asesorar y apoyar al Presidente en los programas y proyectos para la promoción y adopción de las políticas pública vinculadas al desarrollo integral de las mujeres, propiciando condiciones de equidad entre hombres y mujeres. Asimismo tiene entre sus funciones promover el diálogo entre autoridades gubernamentales con las ciudadanas o con organizaciones de mujeres o entre organizaciones de mujeres para fortalecer el desarrollo integral de las mujeres guatemaltecas en los ámbitos económicos, políticos y sociales.

El tema de equidad de género está previsto en la Política nacional de promoción y desarrollo de las mujeres guatemaltecas y el Plan de equidad de oportunidades 2001-2006. Entre los objetivos que se plantea cumplir está el adecuar los marcos legales presupuestarios e institucionales, para asegurar la institucionalización de las políticas de promoción y desarrollo de las mujeres.

En términos de políticas públicas, el Eje de Desarrollo Económico con Equidad estableció la necesidad de asegurar la creación, fomento, desarrollo y sostenibilidad de iniciativas económicas y productivas para las mujeres a nivel local, nacional e internacional.

A través del Proyecto "La Empresaria del Siglo 21", el BID/FOMIN desarrolló una cooperación técnica con Guatemala para ofrecer a mujeres empresarias guatemaltecas del área rural que poseen micro y pequeñas empresas, oportunidades de crecimiento y expansión a través de la capacitación. El proyecto consistió en el desarrollo de pláticas y talleres y se ejecutó en 2006 y 2007 en la mayoría de los departamentos de Guatemala. Las pláticas sirvieron para otorgar herramientas a todas las participantes para que el rendimiento de sus empresas mejore, y para que, a todas aquellas que no tengan empresas establecidas, estén preparadas para poder hacerlo. Los temas centrales que se desarrollaron fueron: desarrollo empresarial, planificación, administración del tiempo, liderazgo, poder, estrategias de negociación, CAFTA, oportunidades para exportar, desafíos comerciales, competitividad, la importancia de alianzas para expandir negocios, entre otros, tomando en cuenta que estas empresarias de forma paralela, son madres de familia. Se ofrecieron 18 talleres a 757 mujeres. Este proyecto ha sido uno de los pocos programas de capacitación teórico-prácticos dirigidos a las necesidades de la mujer empresaria en Guatemala, cuya participación en el sector MIPYME cada vez es mayor.¹⁸

18

http://www.deguate.com/artman/publish/gestion_articulos/Concluye_programa_la_empresaria_d_el_siglo_XXI_12186.shtml (consultado el 10 de mayo de 2010).

10. Honduras: Política Nacional de la Mujer

El Instituto Nacional de la Mujer (INAM) de Honduras fue creado en 1999 como una institución autónoma, de desarrollo social y con rango de Secretaría de Estado, con personalidad jurídica y patrimonio propio, responsable de formular, promover y coordinar la ejecución y seguimiento de la Política Nacional de la Mujer. La Ley de Igualdad de Oportunidades para la Mujer se aprobó en el 2000 y el Primer Plan Nacional de Igualdad de Oportunidades fue para el periodo 2002 – 2007. Dicho Plan estableció como lineamiento de política, realizar acciones que permitan el ejercicio de los derechos económicos de la mujer y la reducción de los índices de pobreza desde una perspectiva de igualdad de oportunidades entre géneros. Entre los objetivos previstos está promover y potenciar la participación de las mujeres en los procesos productivos que se desarrollan para los mercados nacionales e internacionales. Las acciones previstas para cumplir con dicho objetivo consideraron:

- Diseñar y ejecutar programas y proyectos de formación, para fortalecer las capacidades productivas y gerenciales de las mujeres como sujetos económicos, en rubros tradicionales y no tradicionales.
- Desarrollar programas y proyectos que fomenten la participación de las mujeres, como propietarias de los medios de producción, en sectores dinámicos de la economía, incluyendo rubros de exportación.
- Establecer mecanismos que aseguren la participación de empresarias y trabajadoras, en la formulación de políticas macro y microeconómicas, así como en políticas sectoriales, programas, planes y proyectos.
- Facilitar la participación de las mujeres empresarias en ruedas de negocios, ferias, exposiciones, misiones comerciales y otros eventos de tipo empresarial.¹⁹
- Fortalecer programas de financiamiento alternativo en el marco de la Ley del Sector Social de la Economía y establecer convenios con instituciones de crédito, públicas y privadas, para ampliar y facilitar el acceso a los fondos destinados a micro, pequeñas y medianas empresarias.
- Desarrollar programas y proyectos que fomenten la participación económica de las mujeres como inversionistas, en los regímenes especiales.
- Promover la elaboración de una propuesta conjunta entre el gobierno, organizaciones de mujeres y mujeres empresarias, para promover su participación en el proceso de integración económica.
- Proponer mecanismos que alivien el efecto negativo de las políticas nacionales que se basan en acuerdos comerciales, internacionales y regionales en las actividades económicas nuevas y tradicionales de la mujer.

A fin de atacar la pobreza y crear mejores condiciones económicas, esta política previó desarrollar empresas de mujeres y promover alianzas estratégicas con el sector empresarial en su conjunto, asegurando el acceso y utilización de los soportes tecnológicos, financieros y otros servicios de apoyo que brindan las incubadoras de empresas. Asimismo promueve la participación de mujeres, principalmente del área rural, en diferentes seminarios, encuentros, jornadas y foros.²⁰

¹⁹ Expo-Marcala, 2006; III Feria Internacional de Empresas de Mujeres FIDEM, 2006 realizada en Sevilla España en la que se promovió y gestionó la participación de 8 empresas lideradas por mujeres de los Departamentos de Choluteca, Yoro, Intibuca, La Paz, Copán y Francisco Morazán; II Feria de la Mujer Empresaria- Expo Mujer 2007, y la Feria Nacional Artesanal de la Mujer Empresaria/ PRAF, 2006.

²⁰ Seminario Nacional Inocuidad de Alimentos para el Consumo y el Comercio, I Encuentro de Asociatividad en Honduras y el II Foro Centroamericano de la Asociatividad Empresarial, Foro la Mujer Rural y la Estrategia de la Reducción de la Pobreza (ERP), II Encuentro Internacional de

11. México: ProEquidad

En 2001 se creó el Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES), institución gubernamental, a nivel federal, que busca, entre otros, la participación equitativa de hombres y mujeres en la vida económica del país. El INMUJERES puso en marcha el Programa Nacional para la Igualdad entre Mujeres y Hombres 2008-2012 y No Discriminación Contra las Mujeres (ProEquidad). Busca dar cumplimiento a la Ley General para la Igualdad entre Mujeres y Hombres, la Ley del INMUJERES y contribuir al logro de los objetivos, estrategias y prioridades nacionales del Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012 (PND). A través de ProEquidad se busca introducir, de manera transversal, un enfoque de género en el diseño, ejecución y evaluación de sus políticas públicas. Entre los objetivos del Programa está el fomentar la igualdad de oportunidades económicas entre hombres y mujeres a través de la promoción de medidas programáticas de carácter afirmativo desde una perspectiva de género.

El INMUJERES creó el portal Emprendedoras y empresarias (<http://empresarias.inmujeres.gob.mx/>) con información sobre la creación, desarrollo y consolidación de las micro, pequeñas y medianas empresas lideradas por mujeres a nivel nacional. En dicho portal se encuentran herramientas teóricas para orientar a las mujeres emprendedoras y empresarias hacia la profesionalización de sus proyectos productivos, contando con conceptos generales del ámbito empresarial, así como consejos sobre la elaboración de un Plan de negocios. También ofrece un Directorio de empresarias mexicanas con el que se ofrece la posibilidad de formar redes de negocios y de comercialización de productos o servicios. El Portal permite hacer contactos con empresarias, promover servicios, ofrecer y recibir información sobre capacitación, foros, eventos y notas de actualidad en el tema empresarial.

El Proyecto Red de Mujeres Empresarias es una propuesta que figura entre los resultados más importantes del Primer Encuentro Nacional de Mujeres Empresarias realizado en noviembre de 2003. Pretende constituirse en mecanismo para contribuir al fortalecimiento de mujeres empresarias; contempla acciones de asesoría, capacitación e intercambio de experiencias, coordinada por las propias empresarias, con el apoyo del INMUJERES y otras instancias, como la Secretaría del Trabajo y Previsión Social y la Secretaría de Economía (INMUJERES, 2003).

Por su parte la Secretaría de Economía puso en marcha dos programas diseñados para mujeres: el Fondo de Microfinanciamiento a Mujeres Rurales (FOMMUR) para el apoyo a proyectos; y el Programa "Impulso Productivo para la Mujer" del Fondo Nacional para la Empresa Social.

12. Perú: Plan Nacional de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Varones 2006-2010

En Perú, el Ministerio para el Desarrollo Social y la Mujer (MIMDES) es la entidad responsable a nivel ministerial de promover oportunidades económicas para las mujeres. En particular, el MIMDES tiene un programa de apoyo a la microempresaria que ofrece micro crédito a mujeres microempresarias en las regiones rurales del Perú. Como parte

Empresarias Sociales FONAES 2007, realizado en la Ciudad de México donde participaron 1,000 mujeres empresarias entre ellas 13 empresarias hondureñas; Seminario Nacional Honduras sin Hambre, 2007; Jornada de Capacitación de Comercialización y Género 2006, Primer Congreso Centroamericano y del Caribe de la Pequeña y Mediana Empresa – CONCCAPYME, 2007; Jornada de Intercambio de experiencias sobre el Uso de la Tecnología de Información y Comunicación (TIC's), 2007.

32

del Plan Nacional de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Varones 2006-2010 el MIMDES desarrolló 5 lineamientos de política para asegurar los derechos económicos, sociales y políticos de las mujeres e institucionalizar la equidad de género en las políticas, programas y proyectos de Estado. Entre los proyectos impulsados como parte del Plan está el Proyecto de Promoción de Oportunidades Económicas. Dicho proyecto busca impulsar el desarrollo de la infraestructura básica y productiva para la generación de oportunidades económicas, ampliar el acceso al mercado y la capacitación productiva a nivel local.

A partir de 2009 el MIMDES ha desarrollado el Programa Hecho por Mujeres Peruanas que intenta promover a las microempresarias. El Programa promueve la compra de sus productos y la protección de sus derechos a través del sello Hecho por Mujeres Peruanas, el cual es un certificado de calidad y distinción para apoyar a empresas de mujeres. El sello permite a este tipo de empresas beneficiarse de una campaña en medios del Gobierno de Perú. Asimismo ofrece capacitación en la administración de la empresa y desarrollo de una asociación para el empoderamiento de las mujeres.²¹ Las empresarias elegibles son todas aquellas mujeres peruanas, mayores de 18 años, propietarias y/o administradoras de negocios o unidades de negocio que se encuentren formalmente constituido o en proceso de formalización y que cuenten con fuerza de trabajo mayoritariamente femenina. El sello se otorga por periodos de un año.

13. Uruguay: Ley de Igualdad de Derechos y Oportunidades entre hombres y mujeres

El Instituto Nacional de la Mujeres (INAMU) se creó en 2002 y es parte del Ministerio de Educación y Cultura. Su misión es actuar como ente rector de las políticas de género y garantizar la igualdad de derechos y la equidad de oportunidades de mujeres y hombres. La Ley de Igualdad de Derechos y Oportunidades entre hombres y mujeres establece que el Estado debe promover el ejercicio igualitario de los derechos y la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres. Dicha Ley encomienda al INAMU el diseño del Plan Nacional de Igualdad de Oportunidades y Derechos para cumplir con los compromisos internacionales asumidos por el país en la materia. Entre otras áreas el Plan busca impulsar cambios culturales que permitan compartir en condiciones de igualdad el trabajo productivo y las relaciones familiares y aseguren el acceso equitativo de hombres y mujeres a los procesos de innovación, ciencia y tecnología en los planes de desarrollo. También crea un Consejo Nacional Coordinador de Políticas Públicas de Igualdad de Género para asesorar al Poder Ejecutivo, velar por el cumplimiento de la ley, aprobar el plan anual de actuación del organismo y rendir cuentas a la Asamblea General. En el Consejo participan representantes de todos los ministerios, de la Suprema Corte de Justicia, del Congreso de Intendentes, de la sociedad civil, la unión sindical PIT-CNT y cámaras empresariales y de la Universidad de la República del Uruguay.

14. República Bolivariana de Venezuela: Plan de igualdad para las Mujeres (PIM) 2004-2009

El Ministerio del Poder Popular para la Mujer y la Igualdad de Género creado en abril de 2009 comprende el Instituto Nacional de la Mujer (Inamujer) creado en 1992; el Banco de Desarrollo de la Mujer (Banmujer) y la Fundación Misión Madres del Barrio Josefa Joaquina Sánchez.

²¹ Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social del Perú.

http://www.mimdes.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=1315 (consultado el 19 de abril de 2010).

El Plan de igualdad para las Mujeres (PIM) 2004-2009 busca lograr la igualdad de oportunidades para las mujeres, promoviendo la incorporación del enfoque de género en todas las políticas públicas. El Plan busca, entre otras cosas la incorporación de las mujeres en lo económico.

El Fondo Especial Solidario está dirigido al financiamiento de proyectos de inclusión socio-productivos propuestos por las integrantes de los Comités de Madres del Barrio que se incorporan a las empresas de producción social bajo el patrocinio de la Corporación Venezolana Agraria. A escala nacional, el Banco de Desarrollo de la Mujer (BANMUJER) está incorporando Madres del Barrio en sus iniciativas de financiamiento socio-productivo.²² BANMUJER facilita servicios financieros y no financieros mediante el apoyo técnico, asistencia, capacitación, seguimiento y acompañamiento a las mujeres de los sectores más empobrecidos del país, conjuntamente con las instituciones aliadas para el empoderamiento de las mujeres.²³

Tabla 2
Casos seleccionados para promover equidad de género en PYMES

País	Políticas	Instrumentos más utilizados	Programas y/o proyectos
Argentina	Plan para la Igualdad de Oportunidades entre varones y mujeres	Líneas de financiamiento Capacitación para gestión y administración Red de Mujeres Emprendedoras	Programa Nacional Mujer, Equidad y Trabajo Programa de Promoción del Fortalecimiento de la Familia y el Capital Social Plan Federal de la Mujer
Estado Plurinacional de Bolivia	Plan Quinquenal para las mujeres (2006-2010)	Acceso al crédito Asistencia técnica para el mejoramiento de la producción y gestión empresarial	Presupuestos Sensibles al Género
Brasil	Políticas Nacionales para las Mujeres	Apoyo técnico y financiero Redes entre organismos institucionales de políticas para mujeres	<ul style="list-style-type: none"> • Programa de Trabajo, Artesanado, Turismo y Autonomía de las Mujeres • Programa pro-equidad de género • Acceso al Micro crédito – Necesidad de género: Proyecto estratégico para la ampliación de la clientela femenina
Chile	Plan de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres 2000 – 2010	Cursos de capacitación para mujeres empresarias	Mejorando la Empleabilidad y las Condiciones Laborales de las Mujeres Jefas de

²² Ver <http://www.misionmadresdelbarrio.gob.ve/fondo.php> (consultado el 10 de mayo de 2010).

²³ Ver <http://www.banmujer.gob.ve/> (consultado el 10 de mayo de 2010).

País	Políticas	Instrumentos más utilizados	Programas y/o proyectos
			Hogar
Colombia	Mujeres Constructoras de Paz y Desarrollo	Cursos de capacitación para mujeres empresarias	ProChile – apoyo a mujeres empresarias que buscan exportar Plan de Igualdad de Oportunidades formulado en el año 2000
	Acuerdo Nacional por la Equidad entre Mujeres y Hombres		Programa Mujer Cabeza de Familia Microempresaria Estratos 1 y 2, Sector Urbano y Rural
Costa Rica	Política Nacional de Igualdad y Equidad de Género 2007-2017	Cursos de capacitación Acceso al crédito Ferias y exposiciones	Sistema de ventanilla única, con sedes regionales, para garantizar la articulación de la oferta de servicios
			Comisión Interinstitucional para la Empresariedad de las Mujeres
			Programa Popular Desarrollo
			Programa Creando Empresarias
Ecuador	Plan de Igualdad de Oportunidades 2005-2009	Acceso a las micro finanzas	Feria nacional de mujeres empresarias Fideicomiso Promujeres
El Salvador	Política Nacional de la Mujer	Mecanismos e instituciones de ahorro y crédito Garantizar derechos de propiedad	
Guatemala	Política nacional de promoción y desarrollo de las mujeres guatemaltecas	Asistencia técnica Capacitación a través de pláticas y talleres	Programa La Empresaria del Siglo 21
Honduras	Política Nacional de la Mujer	Acceso a crédito Capacitación	Participación en seminarios, encuentros, jornadas y foros
México	Programa Nacional para la Igualdad entre Mujeres y Hombres 2008-2012 y No Discriminación	Capacitación	Fondo de Microfinanciamiento a Mujeres Rurales Programa "Impulso Productivo para la

País	Políticas	Instrumentos más utilizados	Programas y/o proyectos
	Contra las Mujeres (ProEquidad)		Mujer" del Fondo Nacional para la Empresa Social.
			Portal Emprendedoras y empresarias
			Red de Mujeres Empresarias y Directorio de Empresarias
			Encuentro Nacional de Mujeres Empresarias
Perú	Plan Nacional de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Varones 2006-2010	Certificado de calidad y distinción	Promoción de Oportunidades Económicas
		Capacitación en la administración de la empresa	Hecho por Mujeres Peruanas
Uruguay	Ley de Igualdad de Derechos y Oportunidades entre hombres y mujeres	Coordinación institucional	Plan Nacional de Igualdad de Oportunidades y Derechos
República Bolivariana de Venezuela	Plan de Igualdad de la Mujer 2004-2009	Financiamiento de proyectos	Fondo Especial Solidario
			Banco de Desarrollo de la Mujer (BANMUJER)

Evaluación de los casos

La CEPAL encuentra que las mujeres empresarias de la región enfrentan barreras mucho más complejas en la participación de la economía formal que sus contrapartes en países desarrollados, por la falta de políticas y programas de apoyo y estímulo a la actividad emprendedora, falta de acceso al crédito, entre otros. De los estudios de caso anteriormente mencionados se desprende, que en general las políticas y programas de gobierno orientados a promover la equidad de género han buscado mejorar las condiciones de las mujeres en el mercado laboral y existen casos de programas, proyectos o actividades específicas para apoyar a las mujeres y sus pequeñas empresas. Destaca que las entidades gubernamentales responsables del desarrollo de PYMES y de los sectores productivos no son los responsables, en la vasta mayoría de los casos, de las políticas para empresarias. De ahí que esta selección nos muestra que las políticas para mujeres empresarias no están aún correctamente articuladas a las políticas productivas de los países de modo que éstas propicien un ambiente de negocios conducente para que las empresarias puedan estar en condiciones de equidad para el desarrollo de sus empresas (Heller, 2010, 12 y 14-15).

¿Qué tipo de políticas públicas necesitamos para crear esas condiciones de equidad de permitan esa incorporación real a la economía de los países miembros del SELA? La investigación académica realizada sobre el tema revela que existen diferentes estrategias a través de las cuales se puede llegar a estimular las tasas de actividades emprendedoras en mujeres, como pueden ser más y mejores mecanismos de acceso al crédito, acceso a diferentes tipos de información y en un formato adecuado, la incorporación a redes, cámaras y asociaciones donde se estimule y fomente la actividad

36

empresaria de las mujeres, trámites y procedimientos más claros y sencillos, así como la propia cultura de un país (Maxfield, abril 2005, p. 33). Sin embargo, lo que sí queda claro es que los ministerios de economía y/o producción deben de colocar este tema como una prioridad en su agenda, a fin de que realmente las mujeres empresarias puedan avanzar en este terreno.

En la siguiente y última sección se presentan algunas recomendaciones de políticas y programas que podrían ser útiles para permitir a los países en la región ser más eficientes en la implementación de sus políticas de equidad de género vinculadas a las mujeres empresarias.

V. RECOMENDACIONES DE POLÍTICA

No hay duda de que todos y cada uno de los países de la región han asumido una agenda de género como parte de sus políticas nacionales de desarrollo. La mayoría de estas políticas y programas se han desarrollado con mayor ímpetu a partir de 1995 desde la Conferencia de Beijing y la adopción del Plan de Acción. Sin embargo, para el tema de PYMES y género, las políticas desarrolladas hasta ahora parecen no ser suficientes, pues, no están claramente articuladas ni insertas de manera comprensiva en los diferentes aspectos de las políticas nacionales que sustentan a los sectores productivos de cada país.

El presente documento recomienda a los países trabajar las siguientes áreas de política pública:

- a) Políticas del sector productivo, orientadas a desarrollar y fortalecer PYMES de mujeres y a las mujeres empresarias, impulsando políticas, programas y actividades para dicho propósito.
- b) Políticas sociales que sensibilicen sobre la contribución de la mujer a la economía y orientadas a cambiar actitudes y percepciones.
- c) Desarrollo de estadísticas para contar con mayor información lo que permitirá una mejor toma de decisiones enfocada en las necesidades y grupos correctos.

1. Sector Productivo

Las políticas para impulsar a las mujeres empresarias en América latina y el Caribe deben ser parte, no sólo de las agendas de equidad de género y apoyo a la igualdad de mujeres y hombres en los países, sino que deben ser parte integral de las políticas económicas para que estas empresas cuenten con los instrumentos de política que les permitan crecer, fortalecerse y en última instancia contribuir al bienestar de las mujeres, sus familias y comunidades.

Las políticas que se desarrollen y los instrumentos que se usen para su implementación deben tener un objetivo económico con una perspectiva de género: hacer que las PYMES de mujeres crezcan, contando con un entorno de negocios que les sea propicio para que éstas sean un motor del desarrollo. Asimismo, destaca el hecho de que las mujeres concentran sus actividades en el sector servicios, por lo que una política focalizada al desarrollo del sector podría redundar en beneficios para las PYMES de mujeres. En este sentido, las políticas tendrían que dirigirse a sectores donde exista dominancia de mujeres (servicios, comercio, instituciones financieras), dado que existe mayor probabilidad de éxito y una incidencia favorable al beneficio de mayor número de mujeres. Una política de PYMES para mujeres debe de venir o al menos debe de contar con el co-patrocinio de los ministerios de economía y finanzas de cada país.

Entre los instrumentos de política que se pueden ofrecer para conformar esta política están los siguientes: a) mayor acceso al financiamiento; b) incubadoras de mujeres empresarias; c) promoción de redes de mujeres empresarias; d) programas de mentorías; e) asociaciones público-privadas; f) proceso de certificaciones; g) capacitación sobre empresas, h) promover la participación de las mujeres empresarias en las compras del sector público, i) conciliar familia y empresa, por destacar los principales. Estos instrumentos ya se aplican de diferente modo en los distintos países de la región, sin embargo, aún falta una articulación de las herramientas y programas en una política única y dirigida hacia un objetivo de fortalecimiento de las empresas de mujeres.

a) Mayor acceso al financiamiento

La Plataforma de Acción de Beijing (1995) ya previó medidas que deben de adoptar los bancos, las instituciones financieras especializadas y el sector privado al examinar sus políticas, como son Emplear metodologías de ahorro y crédito que tengan en cuenta a la mujer que vive en la pobreza y adoptar métodos innovadores para reducir los costos de las transacciones y redefinir los riesgos; abrir ventanillas especiales de préstamo para las mujeres, que no tienen acceso a las fuentes tradicionales de garantías; simplificar las prácticas bancarias, por ejemplo, reduciendo el monto del depósito mínimo y otras condiciones para abrir cuentas bancarias; y lograr la participación y la aplicación del régimen de propiedad conjunta cuando sea posible, de las mujeres prestatarias en el proceso de adopción de decisiones de las instituciones que proporcionan servicios de crédito y financieros (Beijing, 1995, párrafo 32).

Una forma de potenciar a las empresas de mujeres sería, sin duda, incrementando el acceso al crédito a tasas accesibles, a plazos medianos y largos, encontrando alternativas a garantías, desarrollando mecanismos para atender sus necesidades de financiamiento, así como promoviendo su educación financiera. Es necesario desarrollar políticas adecuadas de financiamiento en las que se fomente el ahorro y la inclusión bancaria vía apertura de cuentas bancarias personales para mujeres, el acceso a líneas de crédito y un mayor acceso a conocimientos esenciales relacionados con el crédito y la gestión de sus empresas.

Las empresas de mujeres empresarias se han financiado en buena medida a través de programas de microfinanciamiento, pero éste no pasa de ser un apoyo para las microempresarias. El acceso a microcréditos se ha disparado en la última década y a pesar de ello, sólo 1 de cada 10 empresarios de bajos recursos, hombres y mujeres igualmente, tiene acceso al crédito y el ahorro (Daley-Harris 2006, p. 141). Las microfinanzas se han convertido en algunos países de la región en uno de fuentes alternativas más importantes para apoyar a las mujeres empresarias. En la región existen microfinancieras que se dedican a apoyar casi exclusivamente a las mujeres de más bajos recursos en sus empresas. Las microempresas a las que apoyan son pequeñas empresas familiares que se dedican a producción, servicio y comercio y en muchos casos, son la fuente principal de ingresos para la economía familiar.²⁴ La ONG internacional Pro Mujer se dedica a las microfinanzas y al desarrollo de la mujer. Opera en cinco países de América Latina (Argentina, Bolivia, México, Nicaragua y Perú) y ofrece a mujeres de bajos ingresos la posibilidad de desarrollar una empresa. Las organizaciones microfinancieras proporcionan servicios financieros y de desarrollo personal para que las mujeres puedan construir y mejorar sus PYMES.²⁵

²⁴ Información obtenida del portal de Internet de Compartamos Banco.
<http://www.compartamos.com/> (Consultado el 20 de abril de 2010.)

²⁵ En 2009, ProMujer desembolsó US\$159 millones en préstamos con un saldo de préstamo promedio de US\$297. Atiende a más de 202,000 clientes y un millón de niños y familiares cercanos

Es preciso salir de los microcréditos y entrar de lleno a la banca comercial con créditos mayores y a plazos más largos. Por ello es preciso desarrollar políticas que lleven a la banca comercial y de desarrollo a crear nuevos productos financieros que respondan a las necesidades de las mujeres empresarias. En Brasil, por ejemplo, el Programa Pro-equidad de género estableció como uno de sus ejes de trabajo, la capacitación de agentes de crédito para sensibilizarlos sobre la forma de atender la demanda por crédito entre las mujeres. Dicho programa persigue un mayor acceso de las mujeres al crédito y al microcrédito productivo urbano. Para ello la SPM celebró un convenio con el Banco de la Mujer, para el desarrollo del Proyecto Acceso al Micro crédito – Necesidad de género: Proyecto estratégico para la ampliación de la clientela femenina (Brasil, 2006, p. 10).

Igualmente relevante resulta el poder ofrecer a las mujeres empresarias una sólida educación financiera para el desarrollo de sus negocios. En este tema Australia ha establecido el Programa Mujeres Entendiendo el Dinero, el cual a través de actividades de divulgación ha permitido a las mujeres de ese país entender el dinero y mejorar sus habilidades para administrarse. Por medio de este programa se ofrecen asesorías en temas como elaboración de presupuestos, formas de ahorrar y de invertir, etc.²⁶

Una fuente adicional de financiamiento que tendría que fortalecerse sería un mayor acceso a capital semilla, que podría ser una fuente de financiamiento para las empresas de las mujeres. A fin de promover la participación más efectiva de la mujer empresaria sería deseable desarrollar e incorporar una serie de medidas que involucraran incentivos al inversionista, como pueden ser exenciones fiscales para inversionistas que ponen capital semilla para empresas de mujeres, programas de crédito a tasas subsidiadas por el gobierno, y programas en donde el gobierno actúe como garante para este tipo de inversiones.

Existen ejemplos en donde gobierno y banca comercial han establecido mecanismos para facilitar el acceso al crédito de las mujeres empresarias que podrían servir de modelo para los países de la región. Por ejemplo en España, los ministerios de Igualdad y de Industria, Turismo y Comercio crearon un convenio de colaboración con la Confederación Española de Cajas de Ahorros para el Programa de Microcréditos para Mujeres Emprendedoras y Empresarias. Con este convenio, las mujeres pueden financiar hasta el 95% del costo total de su proyecto empresarial mediante préstamos en condiciones preferenciales del mercado sin la necesidad de contar con un aval o garante, pues el Estado actúa como tal.²⁷

en los 5 países de América Latina en donde opera. La cartera de préstamos en riesgo de incumplimiento es de sólo 2.1%. Cuentan con US\$15.3 millones en cuentas de ahorros de clientes. <http://promujer.org>. (consultado el 10 de mayo de 2010).

²⁶ Sitio del programa del Gobierno de Australia *Women Understanding Money*. <http://www.understandingmoney.gov.au/content/consumer/women/> (consultado el 25 de abril de 2010).

²⁷ Los préstamos se otorgan por 15.000 euros y en casos excepcionales pueden llegar hasta los 25.000 euros. Las empresarias deben cumplir con una serie de requisitos como son que tengan dificultades para obtener un crédito en el sistema financiero tradicional, que más del 50% del capital social y la administración de la empresa sea de mujeres, que inicien su actividad profesional o la hayan iniciado en un periodo inferior a un año y que presenten un plan de negocios precalificado favorable por la Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa y validado por alguna de las organizaciones de mujeres participantes. Fuente: <http://www.amecopress.net/spip.php?article2512> (consultado el 10 de abril de 2010).

Es preciso continuar los procesos ya iniciados de fortalecimiento institucional y financiero de los mecanismos para el adelanto de la mujer. Un financiamiento accesible para PYMES de mujeres podría ofrecer protección, así como apoyo para permitirles su incursión en el mundo empresarial, con mayores probabilidades de éxito y debería estar diseñado para captar a aquellas empresas de mujeres que aún no cuentan con algún tipo de financiamiento en el mercado formal. Los gobiernos podrían considerar asociaciones con microfinancieras o podrían explorar la forma en la que programas oficiales pudieran efectivamente ampliar el modelo de micro finanzas para apoyar a las mujeres empresarias de una manera más amplia, con créditos de mayor volumen y a plazos más largos (Maxfield, octubre 2005, p. 2).

Las microempresarias carecen de propiedades para respaldar créditos. Ante la falta de garantías tradicionales que el mercado exige (propiedades o avales, por ejemplo) el Estado podría constituirse como garante de los préstamos otorgados a mujeres empresarias cuando deciden lanzar su empresa o ampliarlo.

Pero poner recursos financieros en las manos de mujeres empresarias no es suficiente para generar empresas sostenibles y mucho menos para el empoderamiento de la mujer. (Mayoux 1999). El tipo de apoyo crediticio o financiero del tipo asistencialista no necesariamente se traduce en una empresa sostenible con capacidad de generar crecimiento y empleos.

b) Incubadoras de empresas de mujeres

El proceso de incubación de empresas ha demostrado que las PYMES que surgen de dicho proceso tienen altas probabilidades de ser sustentables. En el mundo existen alrededor de 6 mil incubadoras de negocios, pero muy pocas se enfocan en las empresas de mujeres. En la región hay más de mil incubadoras de negocios, pero para mujeres se cuentan muy pocas.²⁸ El proceso de incubación de empresas de mujeres tendría que estar en el centro de las políticas de desarrollo de PYMES, pues las incubadoras ofrecen un entorno propicio para superar barreras de información, educación, acceso al crédito, acceso a las tecnologías de la información, entre otros. En países como Argentina, México o Nicaragua, por mencionar algunos ejemplos, ya se han iniciado los primeros ejercicios para incubadoras de empresas de mujeres.

Existen además otros ejemplos que se podrían utilizar como los de las Oficinas de Mujeres Dueñas de Empresas (Office of Women's Business Ownership, OWBO) desarrollados en EE.UU. para establecer y monitorear una red de Centros de Negocios de Mujeres (Women's Business Centers, WBCs). Estos Centros ofrecen capacitación y asesoría en una amplia variedad de temas a través de asistencia técnica y administrativa, especialmente para mujeres que están en desventaja desde un punto de vista económico o social, a fin de ayudarles en el lanzamiento y desarrollo de sus propios negocios.

Otro modelo es el de Canadá, donde desde 1994 la oficina para la diversificación económica de las provincias del Oeste (Alberta, Columbia Británica, Manitoba y Saskatchewan) ha desarrollado un programa para el desarrollo de empresas de mujeres. Así se constituyeron 4 centros de mujeres empresarias, uno en cada provincia, los cuales ofrecen información de negocios y servicios para apoyar a las mujeres empresarias. Estas oficinas actúan como oficinas sin fines de lucro y ofrecen una variedad de productos únicos para las mujeres empresarias incluyendo servicios de asesoría, opciones de

²⁸ <http://www.slideshare.net/dacromar/incubator-support-for-women> (consultado el 12 de mayo de 2010)

40

entrenamiento, oportunidades de crear y participar en redes sociales, acceso a créditos y asesoría para buscar servicios complementarios. El programa incluye asesoría para acceder al financiamiento de la banca tradicional, así como participación en micro finanzas y fondos para mujeres empresarias.²⁹ Estos modelos pueden ser una base para desarrollar oficinas para mujeres emprendedoras en los ministerios de economía de cada país.

c) Promoción de redes de mujeres empresarias

Un instrumento que ha sido de gran utilidad para el desarrollo empresarial, en general, ha sido la creación de redes. La literatura sobre desarrollo de empresarios y cultura empresarial, en general, destaca a las redes sociales, profesionales e incluso familiares como un elemento fundamental para el inicio y desarrollo exitoso de una empresa (Parker 2004). Las redes son una forma casual pero efectiva de apoyo; permiten obtener información y orientación para abrir una empresa; son un instrumento fundamental para el desarrollo empresarial independientemente del género, y han demostrado ser un instrumento por demás valioso para el lanzamiento de una empresa.

El apoyo que las mujeres obtienen de redes sociales y familiares es fundamental para el éxito de sus empresas. Las emprendedoras que inician son quienes requieren mayor orientación y sus redes las constituyen gente cercana "no profesional" como parientes, amigos o cónyuges además de otras personas con experiencia empresarial compatibles con las necesidades del tipo de empresa que se espera desarrollar. Las mujeres emprendedoras 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.

Asimismo, la interacción de emprendedoras con otras mujeres empresarias es uno de los aspectos cruciales para facilitar el inicio y desarrollo de una empresa. Las redes brindan a las mujeres emprendedoras recursos valiosos como son información, acceso a diferentes mercados, fuentes de financiamiento, o la posibilidad de incorporar nuevas tecnologías en sus empresas. Las redes podrían constituirse en una forma muy efectiva de promover las empresas PYMES de mujeres, ya que responden a una forma natural de relacionarse para ellas y es una fuente invaluable de información, detección de oportunidades y apoyo. Un ejemplo de red de mujeres está en la Red Winner creada por la Asociación Internacional DEVNET, junto con UNIFEM y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y financiada con la cooperación italiana. Opera en Latinoamérica e integra mujeres emprendedoras de micro, pequeñas y medianas empresas dedicadas a la producción artesanal de bienes y de servicios. Esta red les permite entrar en contacto con comunidades de mujeres emprendedoras de diversas regiones del mundo, y relacionarse con otras empresas, intercambiar experiencias, desarrollar oportunidades de negocios e iniciar contactos y negociaciones con potenciales clientes. También les permite capacitarse en el uso de las nuevas tecnologías de la información, en gestión empresarial y en temas de género. La red les ofrece servicios a través de un portal, desde el cual puede actuar, así como oficinas de asistencia y apoyo a las integrantes de la Red Winner. Atiende tanto a nivel individual como a organizaciones y redes de mujeres. Los servicios de la Red Winner son gratuitos.³⁰

²⁹ Gobierno de Canadá. Western Economic Diversification Canada. Women's Enterprise Initiative. <http://www.wd.gc.ca/eng/256.asp> (consultado el 21 de abril de 2010).

³⁰ http://www.winnernet.org/esp/portal_pub/presentacion.php (consultado el 12 de mayo de 2010).

Como parte del proceso de desarrollo de una política institucional para impulsar a la mujer empresaria, sería recomendable la creación de redes de mujeres empresarias, desde las agencias de gobierno responsables de las políticas de desarrollo. Prácticamente en todos los países de ALC se ha organizado alguna red de mujeres empresarias, sin embargo, estos esfuerzos son aislados. El reto está en integrar estas redes o en crear nuevas a un entorno institucional, en donde las redes sean parte de un conjunto de instrumentos de política que permitan que éstas sean mejor aprovechadas por las mujeres empresarias. Esta herramienta podría ayudar a superar la barrera del aislamiento en que a veces se encuentran las empresarias en la región. Estas redes podrían ampliarse a tener una dimensión nacional y regional.

d) Programas de mentorías

Hay un reconocimiento de que los procesos de mentorías pueden ser sumamente útiles para capacitar a mujeres deseosas de convertirse en empresarias y de manera especial en el mundo de las PYMES. Existen muchos y diversos ejemplos sobre este tipo de programas, en los países de la región, los cuales han sido lanzados desde los organismos del sector privado. Existen modelos de mentorías impulsados por gobiernos con el fin de promover mejores condiciones para las mujeres empresarias. En Nueva Gales del Sur en Australia se ha desarrollado el Programa de Mentores de Mujeres Empresarias. El programa promueve enseñanzas entre empresarias utilizando el proceso de mentores y sesiones prácticas para ayudar a las mujeres a mejorar sus habilidades empresariales y a reforzar su confianza. La creación de redes o "networking" es un componente clave del Programa que fue lanzado en 2005; en 2009 ya habían pasado por él 2.000 mujeres.

Dicho Programa implica invertir 45 horas en un periodo de 6 meses. Cuenta con 4 componentes:

- a. Talleres para desarrollar capacidades empresariales en áreas como son planeación, manejo de finanzas, mercadotecnia y ventas, entre otros. (18 horas)
- b. Foros de Negocios que se traduce en una mini exposición con paneles de discusiones. (5 horas)
- c. Eventos de creación de redes o "networking" (2 horas)
- d. Reuniones con mentores uno a uno (20 horas).

Para ser mentor se requieren de 5 años de experiencia como dueño o gerente de una PYME exitosa, carta compromiso con cláusula de confidencialidad y buenas habilidades de comunicación. Hombres y mujeres pueden ser mentores. Por su parte, las empresarias que toman el curso cubren la mitad del costo del programa; la otra mitad la cubre el Estado. Se han desarrollado criterios de selección para las alumnas como son tener una PYME de entre 6 y 24 meses en operación, trabajar tiempo completo en ella, tener el compromiso de hacer crecer el negocio y que el ingreso de la empresaria se derive en su mayoría de su propia empresa (APEC 2009, p. 103).

Dados los resultados positivos para las mujeres empresarias de ese país, un programa de este tipo podría servir de modelo para que desde las entidades gubernamentales se desarrollen en los países de ALC.

e) Asociaciones público-privadas

La región ha visto el desarrollo de iniciativas público-privadas para crearle mayores oportunidades a la mujer empresaria. En Colombia, a partir del 2004, la Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer de Colombia junto con la Confederación de Cámaras (CONFECAMARAS), el apoyo logístico de 30 Cámaras de Comercio y las

42

contribuciones financieras de entidades públicas y empresas privadas lanzaron el Programa Feria Nacional de la Mujer Empresaria – EXPOEMPRESARIA. Este esfuerzo conjunto público-privado responde al creciente número de mujeres emprendedoras en ese país, cuyos principales obstáculos están en la comercialización de sus productos. El Programa busca darle una solución a la situación de las mujeres empresarias que disponen de poco tiempo para desarrollar sus actividades productivas, capacitarse y comercializar sus productos, lo que afecta su capacidad para mantener y hacer crecer su empresa. Dicho Programa también busca consolidar una Red de Mujeres Empresarias colombianas. La exposición ya se realiza de forma anual y reúne a más de 400 expositoras en los sectores de alimentos, textiles y confecciones, cuero y marroquinería, manualidades y artesanías (joyería, madera, cerámica, fibras naturales). EXPOEMPRESARIA permite a las mujeres establecer contactos comerciales, realizar ventas directas al público asistente, participar en el consultorio empresarial para mujeres interesadas en crear una microempresa, ofrece vinculación con entidades financieras, empresas privadas y entidades públicas y es sin duda una plataforma promocional y de contactos e intercambios comerciales.³¹

Otro ejemplo está en México. A partir de 2009, la subsecretaría de las PYMES en la Secretaría de Economía junto con la Asociación Latinoamericana de Oportunidades de Negocios, A.C. lanzó una serie de Foros PYME Mujer en las principales ciudades del país, especialmente dedicados a las mujeres. En dichos foros se presentan productos, servicios e instrumentos para apoyar a las mujeres en la dirección y gestión de sus empresas. Cada Foro PYME Mujer se organiza en 4 pabellones especializados (financiamiento, oportunidades de negocios, salud y desarrollo personal y capacitación y consultoría).³² Este programa, sin embargo, no es parte de una política integral más amplia de la Secretaría de Economía de México para desarrollar programas enfocados a las necesidades de las mujeres empresarias.

Actualmente existen asociaciones de mujeres empresarias en prácticamente todos los países de la región, que desde el sector privado, ofrecen servicios de apoyo y capacitación para las mujeres empresarias, así como la posibilidad de establecer redes, intercambio de información y oportunidades de establecer negocios.

³¹ Página del Gobierno de Colombia.

<http://equidad.presidencia.gov.co/Es/Portafolio/Paginas/Expoempresaria.aspx> (consultado el 30 de abril de 2010).

³² <http://www.foropymemujer.com/Conferencias.php>. Consultado el 15 de abril de 2010.

Tabla 3
Cámaras y Asociaciones de Mujeres Empresarias en ALC

País	Organización
Argentina	Asociación Argentina de Empresarias
Estado Plurinacional de Bolivia	Movimiento Femenino Indo-Americano Senti-Pensante (MOFISP)
Barbados	Mujeres Profesionales y de Empresa (Business & Professional Women)
Brasil	Conselho da Mulher Empresária /Executiva
Chile	Mujeres empresarias de Chile
Colombia	Asociación Iberoamericana de Mujeres Empresarias (AIME).
Costa Rica	Foro de Empresarias y Profesionales de Costa Rica
El Salvador	Organización de Mujeres Salvadoreñas para la Paz (ORMUSA), integrantes del Comité Winner El Salvador
Guatemala	Cámara de Comercio. Federación de Cámaras de Comercio de Centroamérica (Fecamco)
Honduras	Organización para el Desarrollo Empresarial Femenino Financiera S.A.
Jamaica	Mujeres dueñas de empresas (Women Business Owners)
México	Asociación Mexicana de Mujeres Empresarias
Nicaragua	El Congreso Permanente de Mujeres Empresarias de Nicaragua
Panamá	BPW Panamá
Paraguay	Asociación Paraguaya de Empresarias, Ejecutivas y Profesionales (APEP).
Perú	Asociación de Mujeres Empresarias del Perú (AMEP)
Surinam	Grupo de Mujeres Empresarias (Women' Business Group)
República Bolivariana de Venezuela	Federación Mujeres Empresarias de Venezuela (FEDEMEV)
República Oriental del Uruguay	Cámara Empresarial de Mujeres del Uruguay
Iberoamérica	Federación Iberoamericana de Mujeres de Empresa – FIDE
Caribe	Asociación Internacional de Mujeres Empresarias del Caribe (International Association of Caribbean Women Entrepreneurs)

44

Las asociaciones público-privadas pueden tomarse como una buena práctica para apoyar a mujeres empresarias, no sólo en ferias y exposiciones para la comercialización de sus productos, sino en la gama de áreas en las que se requieren trabajar para fortalecer a la mujer empresaria.

f) Proceso de certificaciones

Entendiendo el valor de la contribución que las mujeres hacen al mundo empresarial, grandes empresas han establecido programas para promover a la fuerza laboral femenina en sus distintas funciones. Las empresas han entendido que una forma de generar ventajas competitivas para ellas mismas está en avanzar el tema de equidad de género. De hecho, la investigación del GEM indica que las empresas que cuentan con mujeres en sus consejos directivos tienen una rentabilidad de 2 a 3 puntos porcentuales mayor que los que sólo tienen hombres (Allen, 2008, 17 y 19). Hay un reconocimiento ya de que una excelente forma de promover las ventajas competitivas del mundo corporativo latinoamericano es mediante la implantación de la diversidad de género en las empresas. Para ello las empresas mismas han desarrollado políticas y programas, que incluyen el logro de metas cuantitativas, programas especiales de desarrollo profesional que benefician especialmente a la mujer, sistemas de mentores patrocinados por las propias empresas, horarios laborales flexibles compatibles con responsabilidades y obligaciones familiares, guarderías en la propia empresa, e incluso el uso del "antropólogo corporativo", cuyo fin es modificar los estereotipos sobre género en la empresa (Maxfield, abril 2005, p. 4 y 5).

Dado que la mujer abarca una amplia proporción del talento laboral disponible y que los negocios pueden crear condiciones competitivas a partir de la diversidad, hoy las empresas a nivel mundial se encuentran más preocupadas por conservar y promover a las mujeres en su plantilla laboral. Para lograrlo, las empresas aplican estrategias organizacionales como pueden ser: establecer cuotas para incrementar el número de mujeres trabajando en la empresa; programas de desarrollo profesional concentrados en ayudar a la mujer (programas de mentores formales ya sean hombres o mujeres que las impulsan); programas que responden a necesidades específicas mediante el cambio de normas o políticas corporativa (ejemplo: guarderías en la empresa); y programas que buscan evidenciar y cambiar percepciones de género relacionadas con prácticas laborales y con la cultura organizacional (Maxfield, abril 2005, p. 22).

Algunos países de la región como Argentina, Brasil, Chile, Costa Rica, México y Uruguay, están empezando a aplicar sistemas de certificación para empresas del sector privado y del sector público (Pagés y Piras. 2010, p. 30). En Brasil, como parte del Programa Pro-equidad de género lanzado con el apoyo de UNIFEM y la OIT, las empresas públicas asumieron el compromiso de implementar, en el plazo de un año, acciones destinadas a la promoción de la equidad de género y al combate a todas las formas de discriminación. Las empresas participantes implementan un Plan de Acción formulado a partir de su Ficha-Perfil que ofrece un diagnóstico de las condiciones de la empresa en dos áreas claves para la comprensión de las principales características de las relaciones de trabajo: la Gestión de Personas y la Cultura Organizacional. Las empresas pueden obtener el Sello Pro-equidad de género que les permite integrarse a una red de organizaciones en la misma situación, con vistas al intercambio de experiencias y a la ampliación y al fortalecimiento de las iniciativas de promoción de la equidad.³³

³³ Algunas de las empresas brasileñas que se han unido al Programa son las siguientes: Centrales Eléctricas Brasileñas, Centrales Eléctricas del Norte del Brasil, Eletrobrás Termonuclear – ELECTRO NUCLEAR, ELECTROSUL – Centrales Eléctricas, FURNAS – Centrales Eléctricas, ITAIPU Binacional, Compañía de Generación Térmica de Energía Eléctrica – CGTEE, Centro de Investigaciones de

La certificación para empresas de mujeres puede ayudarles a posicionarse mejor en el mercado. Por ejemplo, en Canadá recientemente se desarrolló la ONG WeConnect Canada, que busca desarrollar nuevas cadenas de abasto para que las empresas de mujeres sean las proveedoras. Esta ONG certifica a empresas que son propiedad de mujeres al menos en 51% y las vincula con la creciente demanda global de empresas y gobiernos que buscan nuevos proveedores. La organización está asociada con corporaciones, asociaciones, gobiernos y mujeres empresarias y está afiliada a una red global de certificación para mujeres empresarias. WeConnect Canada ofrece programas de educación, capacitación y mentoraje para que las mujeres empresarias estén mejor preparadas para el desarrollo de sus negocios. La organización facilita el desarrollo de redes de mujeres empresarias, lo que les permite estar en mejor posición de acceder a las compras de grandes empresas y de gobiernos. Esta ONG fue lanzada con el apoyo de Quantum Leaps Inc., una ONG global que promueve el desarrollo de las mujeres empresarias en el mundo y cuenta con el apoyo de diversas empresas que buscan el desarrollo de nuevos proveedores.³⁴

Con apoyo de las instancias gubernamentales competentes, se podrían iniciar procesos de certificación o reconocimiento público de las iniciativas del sector privado que demuestren promover la equidad de género mediante la adopción de normas mínimas en la contratación, la capacitación y la promoción de las mujeres. Instituyendo esos sistemas de certificación, los gobiernos pueden hacer que más empresas se comprometan con la promoción de políticas para la igualdad de género. De este modo, las compañías que deseen obtener el certificado deben demostrar que cumplen con un programa de inclusión completa de mujeres.

g) Capacitación empresarial

El desarrollo de emprendedores hombres o mujeres conlleva un esfuerzo dirigido. En ALC es preciso desarrollar una cultura de emprendedores y es fundamental promover mayor capacitación y entrenamiento sobre las diversas formas de lanzar, administrar y desarrollar empresas. Una forma de promover una cultura emprendedora, en general, pero entre mujeres en particular, sería a través de un componente de "empresa" en el currículo escolar.

El tema de capacitación para las mujeres empresarias es una constante en todos los programas de mujeres empresarias que se han desarrollado en la región. Existen programas de educación a distancia a través de asociaciones empresariales, cámaras y confederaciones industriales, orientados a fortalecer las capacidades empresariales de las mujeres como son aspectos administrativos, mercadeo y comercialización, financiamiento, etc. La viabilidad de una mujer empresaria depende de su capacidad para utilizar tecnologías de información (TIC), por lo que la alfabetización digital de las mujeres y el uso equitativo entre mujeres y hombres de las tecnologías de la información y de las comunicaciones como instrumentos de desarrollo económico es vital (CEPAL

Energía Eléctrica - CEPEL, Compañía Energética de Alagoas - CEAL, Centrales Eléctricas de Rondônia en el sector de energía eléctrica; en el sector financiero: CAIXA ECONÓMICA FEDERAL, BANCO DEL BRASIL y BANCO DEL NORDESTE DEL BRASIL, y también PETROBRÁS, la Compañía de Investigación de Recursos Minerales, RADIOBRÁS - Empresa Brasileña de Comunicación y EMBRAPA - Empresa Brasileña de Investigación Agropecuaria (Brasil, 2006, pp. 8-9)

³⁴ Entre las empresas participantes están Accenture, Alcatel-Lucent, Avis Budget Group, BMO Financial Group, Cisco, Desjardins, Ernst & Young, IBM, Manpower, Merck Frosst, Pfizer, Royal Bank of Canada, Staples, TELUS y Wal-Mart, ONG WeConnect Canada. <http://www.weconnectcanada.org/about.html> (consultado el 26 de abril de 2010).

46

LC/L.3175 2009, p. 20). Es importante socializar y entrenar a las mujeres en el uso y apropiación de las TIC para permitirles también aprovechar redes de emprendedoras, ayudar a la comercialización de productos y servicios vía el Internet y acceder a nuevas oportunidades de negocios (Heller, 2010, p. 44).

h) Promover que las PYMES de mujeres participen en los programas de compras del sector público.

El Estado puede ser un excelente promotor de la equidad de género en el desarrollo de PYMES. Por ejemplo, en EE.UU. desde el 2000, la Administración para la PYME (SBA) por ley (Public Law 105-554) debe promover que las PYMES, propiedad de mujeres, tengan las mayores oportunidades posibles para participar en los contratos de las agencias federales de ese país. Para ello estableció reglas específicas para que las agencias realicen licitaciones dirigidas sólo a empresas de mujeres en ciertas industrias. La SBA ha trabajado para promover que las agencias del gobierno de ese país consideren a PYMES de mujeres en sus licitaciones y sobre todo que éstas puedan convertirse en verdaderos proveedores. El objetivo ha sido permitir que las mujeres empresarias cuenten con las mismas condiciones que los hombres para competir en dichas licitaciones. En este sentido, la SBA ha propuesto que a fin de cumplir con requisitos de certificaciones que pueden llegar a ser muy costosos, se les permita demostrar el cumplimiento de dichas certificaciones por otros medios.³⁵ Establecer reglas del estado para promover la equidad de género en las compras públicas en los países de la región puede ser un fuerte impulsor de las PYMES de mujeres.

i) Conciliar familia y empresa

Desarrollar políticas que permitan la conciliación entre trabajo y familia sería una buena política económica. Entre las mujeres empresarias en la región existen fuertes tensiones entre el trabajo y la familia, lo que muchas veces impide su avance profesional. Uno de los problemas que enfrentan las mujeres empresarias se asocia con la doble jornada: el cuidado de los hijos y el cuidado de la empresa.

Dada la importancia que para las empresarias latinoamericanas tiene el balance entre el trabajo y la familia, es vital contar con políticas y programas que promuevan un equilibrio en la relación entre la familia y el trabajo, así como una mayor flexibilidad para poder atender los dos ámbitos si se pretende apoyar el desarrollo de las mujeres empresarias. Por ejemplo, se tendrían que establecer programas que permitan que las mujeres tengan el apoyo que requieren para atender sus empresas mientras los niños están en la escuela. Ello involucra extender la jornada escolar, de modo que coincida con la jornada laboral, para darles flexibilidad a las mujeres para atender su empleo o empresa. Asimismo, las mujeres empresarias y madres de familia se beneficiarían de programas para después de clases o para los periodos vacacionales de las escuelas que permitan la continua participación de la mujer en sus actividades laborales. Igualmente relevante resulta el poder ofrecer servicios de atención para la población de la tercera edad que va en aumento creciente en la región y que normalmente están bajo la responsabilidad de las mujeres.

La OCDE ha realizado estudios en donde analiza la conciliación entre familia y trabajo y encuentra que las políticas favorables para la familia sirven para mejorar las oportunidades de empleo y a elevar los estándares de vida, al tiempo que promueve otras metas como son el cuidado de la familia. Es necesario desarrollar políticas en el

³⁵ Small Business Administration. http://www.sba.gov/advo/laws/comments/sba10_0503.html (consultado el 5 de mayo de 2010).

área fiscal, laboral, educativa, salud, pensiones, etc. que permitan conciliar trabajo y familia, pues ello tendría un positivo impacto económico (OCDE, 2002). Por ejemplo, en el 2007 México creó el Programa de Guarderías y Estancias Infantiles para Apoyar a Madres Trabajadoras patrocinado por la Secretaría de Desarrollo Social y Nacional Financiera. Se otorgaron 476 créditos a mujeres por un monto equivalente a US\$ 1,5 millones. En el Estado Plurinacional de Bolivia, a través de una política pública de igualdad de oportunidades se ha propuesto la redistribución de las tareas de cuidado en los hogares.

2. Políticas Sociales: Percepciones y Estereotipos

Para que una política pública orientada a la equidad de género en el sector PYME sea realmente efectiva debe ser congruente con las características culturales específicas de las sociedades a las que intenta servir. Asimismo, a partir de conocer el contexto social y cultural en el que se opera también se pueden desarrollar políticas públicas y programas que sensibilicen a la sociedad sobre las contribuciones que las mujeres y de manera concreta las mujeres empresarias, ofrecen a la comunidad y la necesidad de darles oportunidades equitativas y condiciones de igualdad. Es preciso sensibilizar sobre lo que cada familia, comunidad y país pierde cuando a las mujeres se les restringen las oportunidades de desempeñarse en el terreno económico.

Una forma de superar los obstáculos que se derivan de los estereotipos está precisamente en promover programas de difusión que eduquen al público en general sobre las posibilidades y la conveniencia de crear condiciones de equidad de género para las mujeres empresarias. El uso de casos de éxito puede ayudar a modificar estereotipos, cambiar percepciones y motivar a hombres y mujeres a entender que las condiciones de equidad están en beneficio de todos.

3. Desarrollo de estadísticas

Los países de la región requieren de estadísticas que les permitan tener un panorama claro sobre la mujer empresaria y así obtener diagnósticos adecuados sobre sus realidades y necesidades. La revisión de la CEPAL de los avances a 15 años de la Conferencia de Beijing encuentra que “los sistemas de indicadores y estadísticas de género aún son deficientes” en tanto que existe un grave déficit de indicadores que permitan medir la desigualdad de género (CEPAL. LC/L.3175 2009. p. 3). Al día de hoy los censos y encuestas nacionales de actividad económica se enfocan en el tema del empleo y la participación de la mujer en la fuerza laboral, pero carecemos de encuestas y censos económicos con información sobre PYMES y género, que nos permitan conocer los sectores económicos en donde las mujeres operan, tasas de crecimiento de PYMES propiedad de mujeres, su ubicación, el número de empleados, años de operación, el monto de sus inversiones, su incorporación de instrumentos tecnológicos, su nivel de escolaridad, su uso de tiempo, etc.

Existen algunos ejemplos en la región de avances en estadísticas de género. Por ejemplo, en Brasil la SPM ha iniciado el proceso de incorporación del enfoque de género en la producción de estadísticas oficiales. Sin embargo, la recopilación de estadísticas sobre mujeres empresarias no está presente en ellas (Bandeira, 2008). En el caso de Uruguay, a partir de 2008 el INAMU estableció el Sistema de Información de Género que incluye información sobre contexto sociodemográfico, educación, mercado de empleo, ingresos y salud para mujeres en general, pero no tiene un apartado específico de mujeres empresarias (Uruguay, 2009).

48

Si se quieren impulsar las políticas correctas para apoyar el desarrollo de las mujeres empresarias en la región es fundamental contar con la información que ofrezca un panorama acertado de la realidad. De ahí la urgencia de que los países de la región realicen un esfuerzo serio para compilar estadísticas en esta área.

VI. PROPUESTA DEL SELA PARA EL DISEÑO Y APLICACIÓN DE POLÍTICAS PÚBLICAS DE APOYO AL GÉNERO Y LAS PYMES

A continuación delineamos algunas áreas en donde el SELA podría contribuir a lograr dicha articulación de políticas públicas para impulsar a las mujeres empresarias, así como la equidad de género en el sector empresarial:

1. Conferencia de Ministros de Economía: analizar las políticas públicas orientadas al desarrollo de mujeres empresarias, así como intercambiar experiencias de políticas públicas, programas y proyectos en la región, identificando casos de éxito y de fracaso. Una conferencia de este tipo serviría para identificar alcances y límites para el objetivo de promover la equidad de género en el desarrollo de las PYMEs de mujeres. Este intercambio de experiencias permitiría ubicar correctamente el tema de mujeres empresarias en las políticas de desarrollo económico de los países y contribuiría a perfeccionar las políticas públicas y programas en materia de comercio, inversión y finanzas para promover la equidad de género en las PYMES en la región. Con ello se estaría cumpliendo con un compromiso de política pública que los países han adoptado, lo que también estaría alineado con la posibilidad de cumplir con uno de los Objetivos del Milenio.

2. Conferencia de responsables de los sistemas bancarios: examinar las políticas y programas de financiamiento y crédito para mujeres y para buscar desarrollar nuevos instrumentos financieros para las mujeres empresarias. Uno de los obstáculos más serios para el desarrollo de las empresas de mujeres está en el acceso al crédito. Las empresas de mujeres no se pueden desarrollar a partir de los micro créditos, es preciso saltar la barrera de las micro finanzas para entrar al terreno de las finanzas de las mujeres. Esto será posible si se cuenta con el apoyo y la disposición de las entidades responsables de la política crediticia para desarrollar políticas que apoyen a las mujeres. Una conferencia de esta naturaleza permitirá identificar en dónde está el crédito para las mujeres empresarias en la región así como compartir las diferentes experiencias de las instituciones de crédito en cada país en torno al crédito a mujeres empresarias. Asimismo, permitirá delinear áreas en donde efectivamente se pueda avanzar en el corto plazo y las que requieren de nuevas políticas o legislación para responder al reto.

3. Seminario sobre las mejores prácticas en torno a la conciliación familia-trabajo: identificar y analizar las mejores formas en que las mujeres puedan cumplir con sus diversos roles en la sociedad. Sería muy útil el poder organizar un seminario para promover la discusión y propuestas sobre la necesidad de que las leyes laborales incorporen esquemas apropiados a la realidad del mercado laboral. Sería conveniente contar con la colaboración de organismos internacionales que ya han trabajado el tema (Ej. UNIFEM, OCDE, OIT, PNUD). Este tema es horizontal y se relaciona con una diversidad de áreas de política pública. Sin embargo, para el caso de mujeres empresarias sería clave el poder contar con la participación de funcionarios públicos en áreas como educación, economía o trabajo pues son áreas claves para promover una política que concilie familia y trabajo.

4. Seminario de Mujeres Empresarias y el Sector Servicios: Dado que se ha visto que la mayoría de las PYMES de mujeres están en el sector servicios, sería muy conveniente el poder analizar cómo ha evolucionado la participación de las mujeres en este sector. La posibilidad de analizar experiencias, identificar obstáculos y precisar el tipo de actividades específicas en donde operan sería de un gran valor, pues, permitiría contar con un panorama más claro para poder hacer recomendaciones atinadas de políticas públicas para apoyar el desarrollo de estas empresas.

5. Seminario sobre estadísticas de género: "Contemos a las mujeres empresarias para que contemos con ellas". Los órganos nacionales que generan las estadísticas nacionales serían las instancias adecuadas para participar en un seminario de esta naturaleza. Hasta ahora no existe información sistematizada sobre el impacto de los diferentes programas orientados a mujeres emprendedoras en la región sobre la actividad empresarial, los nuevos empresas de las mujeres, los nuevos sectores en los que han incursionado, por mencionar algunos indicadores. Se requiere el desarrollo de indicadores y una metodología para medirlos y darles seguimiento. Con esta información los países estarán en mejor posición para tomar decisiones acertadas y desarrollar las políticas que las mujeres empresarias requieren.

6. Labores de difusión: el SELA puede ayudar a los países a sensibilizar a la opinión pública sobre este tema mediante las siguientes acciones:

- Elaborar monografías sobre mujeres empresarias para los países del SELA. Ofrecer historias de éxitos y presentar de forma sistematizada y continua los recursos disponibles para las mujeres empresarias.
- Promover que cada país organice su Expo Mujer Empresaria de forma periódica (semestral o anual) como una forma de apoyar la actividad de las mujeres empresarias. Dichas expos servirán no sólo para ofrecer sus productos, sino también para establecer contactos y desarrollar redes y serán una forma de ofrecer talleres de capacitación en áreas de desarrollo profesional y humano de la mujer empresaria. Se podría promover organizar Expos subregionales (Caribe, Centroamérica, Andinos, MERCOSUR) así como una gran Expo Mujer PYME Regional.
- Desarrollo de un portal para Mujeres Empresarias del tipo del WINNER en el sitio del SELA que pudiera constituirse en un sitio único que ofrezca una guía práctica y apoyo estratégico para que las mujeres desarrollen sus negocios. Este portal puede servir para mostrar casos de éxito que inspiren y motiven a otras mujeres empresarias a superar obstáculos, a resolver problemas y encontrar soluciones a sus empresarias. Asimismo este portal también puede servir como una herramienta para construir una comunidad virtual de mujeres empresarias que les permita expandir sus oportunidades para desarrollar negocios electrónicos (e-business) via Internet. El portal podría contener los siguientes componentes: a. investigación y documentos sobre el tema, así como propuestas; b. capacitación en áreas relacionadas con la empresa, administración y desarrollo de la empresa; c. Chat para intercambiar experiencias; d. mercado virtual en donde las mujeres puedan ofrecer sus productos; y e. noticias y casos de éxito de mujeres empresarias que sirvan como modelo a otras mujeres en la región.

VII. CONCLUSIONES

Las mujeres empresarias ofrecen un enorme potencial de crecimiento y desarrollo económico pero dicho potencial requiere del entorno institucional adecuado para que pueda alcanzarse. Es evidente que Latinoamérica y el Caribe han experimentado avances sustantivos en el tema de equidad de género. Prácticamente todos los países de la región han implementado algún tipo de política o programa para impulsar la igualdad entre hombres y mujeres. De la misma forma es cierto que de distintas formas, todos los países tienen en sus agendas de política de desarrollo nacional la equidad para las mujeres y la búsqueda de oportunidades económicas en el empleo o como empresarias. Existen programas, proyectos y actividades enfocadas a mejorar las condiciones de acceso de las mujeres a créditos, educación, información, redes sociales, etc. Sin embargo, a pesar de todos los esfuerzos realizados las mujeres siguen enfrentando innumerables obstáculos para desarrollar sus empresas y se encuentran en desventaja frente a las empresas de hombres.

Diseñar políticas públicas orientadas a la producción y el desarrollo que estimule el desarrollo de las PYMES de mujeres sería una buena política económica que contribuiría a mejorar la calidad de vida de las mujeres, sus familias y sus comunidades. Para ello, será preciso tener en cuenta las diferencias existentes entre las empresas de hombres y mujeres. Los tomadores de decisiones de política pública deben tomar en cuenta la realidad de la que parten, los obstáculos que enfrentan y sus posibilidades de crecimiento para articular las políticas y apoyos que permitan su desarrollo.

Del presente reporte se concluye que para que las mujeres empresarias de la región desarrollen su verdadero potencial es preciso contar con políticas públicas que específicamente ayuden a superar los obstáculos que enfrentan las mujeres en el sector PYME. Por ello el tema se debe de ubicar en la agenda de política económica.

Para promover a las PYMES de mujeres se requiere contar con instrumentos económicos que faciliten su desarrollo. El desarrollo de las PYMES de mujeres no puede partir únicamente ni se puede suscribir a los temas de género y mujeres, pues, ello implicará que su desarrollo seguirá viéndose como un tema de una agenda social y no como lo que es, un tema de política económica. El desarrollo de una política de PYMES de mujeres será una buena contribución al desarrollo de los países de la región.

BIBLIOGRAFÍA

- Allen, Elain, Amanda Elam, Nan Langowitz y Monica Dean. 2007 Report on Women and Entrepreneurship. Global Entrepreneurship Monitor. 2008.
- APEC. Public Policies to Promote Women Entrepreneurs Project. Cases of Australia, Canada, Chile and Peru. APEC Gender Focal Point Network. Elaborado por el Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social de Perú. Singapur. APEC, 2009.
- Bandeira, Lourdes. Subsecretaria de Planificación de Brasil. Experiencia de Brasil en la incorporación del enfoque de género en la producción de estadísticas oficiales. Aguascalientes, México, octubre 2008.
<http://inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/eventos/IXeieg/doctos/29desep/session%202/brasil2.ppt#357,7>, El II Plan Nacional de Políticas para las Mujeres (consultado el 10 de mayo de 2010).
- Bruhn, Miriam. Female-Owned Firms in Latin America. Characteristics, Performance, and Obstacles to Growth. Documento de Trabajo sobre Investigación de Política, 5122. Banco Mundial, Washington, D.C. Noviembre de 2009. 28 pp.
- Brasil. Presidencia de la República. Secretaría Especial de Políticas para las Mujeres. Informe Brasileño de la 39ª Reunión de la Mesa Directiva de la Conferencia Regional sobre la América Latina y el Caribe. Período: octubre de 2005 a abril de 2006. Brasilia, 27 de abril de 2006. 17 pp.
<http://www.eclac.cl/mujer/noticias/noticias/1/24331/Brasil.pdf> (consultado el 10 de mayo de 2010)
- Centro de Comercio Internacional, UNCTAC, OMC. Guide to Promote Businesswomen in Trade. CCI, Sección de comercio de servicios. Junio de 2006. 22 pp.
- Chile, SERNAM. Plan de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres. Evaluación Primera Fase 2000-2005. Diciembre 2005. 388 pp.
- CEPAL. Consenso de México. Novena Conferencia Regional sobre la Mujer de América Latina y el Caribe. México D.F, 10 al 12 de junio de 2004, 7 pp.
- Daley-Harris, Sam y Anna Awimbo. Más caminos para salir de la pobreza. La Campaña de la Cumbre de Microcrédito.
- Ensinck, María Gabriela. Radiografía de las mujeres emprendedoras, Cronista.com 2010 (<http://www.cronista.com/notas/227122-radiografia-las-mujeres-emprendedoras>)
- Foro Económico Mundial. Global Gender Gap Report. 2009.
- Global Entrepreneurship Monitor. SEBRAE. Instituto Brasileño de Calidad y Productividad. 2008. Empreendedorismo no Brasil. Relatório Executivo. Curitiba, 2009. 12 pp.
- Heller, Lidia. Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos. Serie Mujer y Desarrollo. CEPAL. Enero 2010. 83 pp.
- Honduras. Política Nacional de la Mujer - Primer Plan Nacional de Igualdad de Oportunidades, 2002 - 2007. Tegucigalpa, Honduras. 97 pp.

52

http://www.inam.gob.hn/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=72&Itemid=92 (consultado el 10 de mayo de 2010)

INMUJERES. Las Mujeres Empresarias en México. Noviembre de 2003. 8 pp. http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100583.pdf (consultado el 10 de abril de 2010)

Instituto Salvadoreño para el Desarrollo de la Mujer. Gobierno de El Salvador, Política Nacional de la Mujer, diciembre de 2005. 38 pp. Consultado el 10 de mayo de 2010. http://www.isdemu.gob.sv/index.php?option=com_phocadownload&view=category&id=14%3Apm&Itemid=204&lang=es

International Trade Center. UNCTAD/WTO. Guide to Promote Businesswomen in Trade. Trade in Services. Junio 2006. 22 pp.

Maxfield, Sylvia. Mujeres en el límite. Poder corporativo en América Latina. Reporte para la Conferencia del Liderazgo de Mujeres en las Américas. Abril de 2005. 24 pp.

Maxfield, Sylvia. The Entrepreneurship Gender Gap in Global Perspective: Implications for Effective Policymaking to Support Female Entrepreneurship. CGO Insights. Octubre 2005. 4pp.

OCDE. ¿Mi Bebé o mi Jefe? Cómo conciliar la vida familiar con el trabajo. México: Fondo de Cultura Económica, 2002. 372 pp.

OCDE. Doing Better for Children. Paris: OCDE, 2009. 191 pp.

ONU. Asamblea General. S-23/3. Further actions and initiatives to implement the Beijing Declaration and Platform for Action. A/RES/S-23/3. 16 de noviembre de 2000.

_____. "Igualdad entre los géneros, desarrollo y paz en el siglo XXI" Nueva York, 5 a 9 de junio de 2000. Período extraordinario de sesiones de la Asamblea General de las Naciones Unidas. <http://www.un.org/spanish/conferences/Beijing/mujer2021.htm> (Consultado el 10 de mayo de 2010).

Organización Internacional del Trabajo. Panorama Laboral 2009. América Latina y el Caribe. Oficina Regional de la OIT para América Latina y el Caribe. Perú, OIT, 2009.

Pagés, Carmen y Claudia Piras. El dividendo de género. Cómo capitalizar el trabajo de las mujeres. BID. Washington, D.C. 2010.

Parker, Simon C. "Ethnic Minority and Female Entrepreneurship," en The Economics of Self-Employment and Entrepreneurship. Cambridge: Cambridge University Press, 2004, pp. 113-134.

PNUD México. México y las Sociedades del Conocimiento. Competitividad con Igualdad de Género. PNUD. México, D.F., 2010. 59 pp.

Uruguay. Instituto Nacional de las Mujer