

La empresarialidad femenina: mitos, realidades y desafíos

Julia Evelin Martínez *

El objetivo de esta presentación es provocar algunas reflexiones en torno a la empresarialidad de las mujeres, que puedan servir de insumo para el diseño de programas más efectivos para la promoción de las actividades económicas de las mujeres en los países de América Latina, especialmente de aquellas que se encuentra en situación de pobreza, tanto en las áreas urbanas como rurales de nuestros países.

La idea principal que se desarrolla en la presentación es que el objetivo de fomentar las actividades económicas de las mujeres solo tendrá resultados tangibles cuando se cumplan dos condiciones previas: 1) Se descarten algunos de los más importantes mitos que persisten en torno a la empresarialidad femenina en los países del sur, y 2) se analice la empresarialidad femenina desde una visión sistémica y con un enfoque de género.

Solo a partir de esto podrá finalmente reconocerse que las actividades económicas de las mujeres en general responden a una lógica diferente - pero igualmente válida- respecto a la lógica empresarial que se utiliza como punto de referencia para diseñar los perfiles empresariales “de entrada” y de “salida” de los programas y proyectos de desarrollo empresarial, para diseñar los instrumentos de apoyo de éstos programas y proyectos y sobre todo, para medir el éxito o fracaso de las actividades productivas de las mujeres.

La exposición está organizada en cuatro partes. En la primera, se presenta un panorama general de las tendencias de la empresarialidad femenina a partir del caso de El Salvador. A continuación, en la segunda parte se repasan algunos de los principales mitos que se manejan en torno a la empresarialidad femenina.

En la tercera sección se hace un intento de caracterizar el proceso emprendedor de las mujeres, desde una visión sistémica y con perspectiva de género, al mismo tiempo que se trata de dilucidar – a partir de los resultados preliminares de una investigación en proceso del Departamento de Economía de la UCA-El Salvador- un inventario de los principales obstáculos que limitan el desarrollo de los emprendimientos de mujeres. Finalmente, se plantean algunas recomendaciones para incorporar una perspectiva sistémica y de género en el diseño de los programas y proyectos de apoyo a la empresarialidad de las mujeres.

1. Panorama general de la empresarialidad femenina: el caso de El Salvador.

La estructura empresarial de los países latinoamericanos se caracteriza por la asimetría en la participación de hombres y mujeres en la propiedad de las empresas. La participación de las mujeres se incrementa a medida que el tamaño de la empresa es menor y la de participación de los hombres se incrementa a medida que nos movemos a los tramos empresariales de mayor tamaño relativo. El cuadro No 1 ilustra esta estructura asimétrica para el caso de El Salvador.

* Profesora-Investigadora del Departamento de Economía de la Universidad “José Simeón Cañas”, de El Salvador y Oficial de Género del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (UNDP) de El Salvador.

Cuadro No 1

El Salvador: presencia de mujeres en la propiedad de empresas según tamaño.

Tamaño de empresa	Mujeres	Hombres	total
Microempresa	64%	36%	100%
PYME	27%	73%	100%
Gran empresa	10%	90%	100%

Fuente: Sección Microempresarial, Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples, Nov. – dic., 2001. Ministerio de Economía y FUNDAPYME (2002).

Dado que la presencia mayoritaria de mujeres en la actividad empresarial se concentra en las empresas de menor tamaño, clasificadas como microempresas, es preciso analizar la forma particular de inserción en este sector particular. Los datos disponibles para el caso salvadoreño (ver cuadro No 2) indican que incluso en el grupo de las empresas de menor tamaño, la presencia de mujeres y hombres se encuentra segmentada con base en la productividad.

Las mujeres representan la abrumadora mayoría de personas propietarias del segmento de microempresas de subsistencia (78.2%), que se caracterizan por tener ganancias mensuales inferiores a un salario mínimo (US\$150.00), y en cambio, son una minoría (36%) en el segmento de la acumulación ampliada, que se considera el segmento microempresarial más dinámico desde la perspectiva de su potencialidad de creación de empleos, ingresos, innovación tecnológica, crecimiento de la producción y desarrollo de la oferta exportable.

Cuadro No 2

El Salvador: presencia de mujeres en la microempresa según segmento productivo. 2002

Sexo persona propietaria de microempresa	Subsistencia con ganancias menores a salario mínimo	Subsistencia con ganancias mayores a salario mínimo	Acumulación simple	Acumulación ampliada	Total
Hombre	21.8%	48.6%	48.4%	69.2%	36%
Mujer	78.2%	51.4%	51.6%	30.8%	64%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: CONAMYPE (2004)

Un diagnóstico reciente elaborado por la Comisión Nacional de Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE; 2004) de El Salvador a partir de una Encuesta Nacional de micro, pequeñas y medianas empresas, arriba a las siguientes conclusiones en relación a las empresas propiedad de hombres y las empresas propiedad de mujeres:

- Las empresas de mujeres presentan una mayor proporción de propietarios y trabajadores no remunerados, que las empresas de hombres y de propiedad conjunta, mientras que las empresas de hombres presentan la mayor proporción de trabajadores remunerados.
- La mayoría de los empleos de mujeres en el sector de la MYPE, es generado por empresas de uno y dos trabajadores. También se puede notar, que la mayoría de los puestos de trabajos de mujeres, son generados en empresas propiedad de mujeres.
- Las empresas de propiedad conjunta y las lideradas por hombres, presentan niveles de ventas superiores a los registrados por las MYPEs de mujeres.
- Las empresas de propiedad conjunta y lideradas por hombres, presentan niveles de ganancias superiores a los registrados por las MYPEs de mujeres.
- Los promedios de ventas y ganancias por trabajador, son mayores en las empresas propiedad de hombres, respecto a las de mujeres y las de propiedad conjunta.
- Las empresas de mujeres presentan un índice de informalidad mayor que las de los hombres y de propiedad conjunta.
- Una proporción significativamente mayor de empresas de mujeres, compra principalmente del comercio minorista, en comparación a lo que se observa en empresas de hombres y de propiedad conjunta.
- Las empresas de mujeres y de propiedad conjunta presentan un mercado un poco más estrecho que las empresas de hombres.
- La baja rentabilidad del negocio es una preocupación, un poco mas frecuente, en las MYPEs de mujeres que en las demás empresas y los problemas de entorno afectan más a las empresas de propiedad conjunta que a las de mujeres, mientras que los problemas de financiamiento son importantes para todas las empresas, independientemente del género del propietario.
- El acceso a financiamiento es mayor en las MYPEs de propiedad conjunta, que en las de mujeres y hombres. Adicionalmente, a pesar que el acceso a crédito bancario es más limitado para las empresas lideradas por mujeres que para las lideradas por hombres, el acceso de las primeras a otras fuentes se muestra similar o superior al de los hombres, por lo que, en su conjunto, las empresas de hombres y de mujeres presentan niveles similares de acceso a financiamiento.
- Se encuentra una mayor frecuencia de capacitación de los propietarios de MYPEs de propiedad conjunta y lideradas por hombres, que entre empresas de mujeres.
- Las empresas lideradas por mujeres presentan niveles de educación un poco menores, que las empresas lideradas por hombres y de propiedad conjunta. Esta

puede ser una de las razones que explica el menor desempeño de las empresas de mujeres respecto a las demás empresas, toda vez que existe una relación positiva entre desempeño y nivel de educación.

- El nivel de ingresos de los hogares de las propietarias mujeres, es inferior al de los hogares de propietarios hombres y de propiedad conjunta.
- La evidencia arrojada por la encuesta es consistente con la hipótesis de que, un mayor porcentaje de ingresos de empresas de mujeres, es complementario del ingreso del hogar, más que la fuente única de ingresos.
- Las empresas de propiedad conjunta resultan más dinámicas, seguidas por las de hombres y, las menos dinámicas, resultan ser las de mujeres. Adicionalmente, una alta proporción de los empleos nuevos generados por las MYPEs de hombres, son asalariados, mientras que esta proporción es menor en las empresas de mujeres y de propiedad conjunta. Las empresas de mujeres, con mayor frecuencia que las de hombres, adicionan trabajadores no remunerados.

Otro conjunto de conclusiones de esta misma encuesta, que no toma en cuenta las diferencias de género entre empresas de hombres y empresas de mujer sostiene que:

- La proporción de propietarios y trabajadores no remunerados disminuye y la de trabajadores pagados aumenta, en los tipos de empresas de mayor tamaño y nivel de desarrollo.
- El promedio de ventas y ganancias, así como la proporción de empresas en los rangos superiores de ventas y ganancias, aumenta gradualmente con el tamaño de las empresas y su nivel de desarrollo.
- Según la información de la encuesta y en relación con el tamaño, se encuentra que la proporción de MYPEs que compra sus insumos del comercio minorista se reduce, a medida que el tamaño de las empresas aumenta; mientras que la proporción que compra sus insumos a nivel mayorista o compra directamente a los productores aumenta. Los resultados de la encuesta también son consistentes con la hipótesis que las microempresas de acumulación y pequeñas empresas, compren más al comercio al por mayor y directamente a los productores, que las microempresas de subsistencia.
- El alcance del mercado de las MYPEs se amplía con el tamaño y nivel de desarrollo de la empresa.
- El porcentaje de empresas que pertenece a alguna agrupación, es considerablemente mayor en las empresas mayores de 4 trabajadores y aún mayor en las empresas de más de 10 trabajadores. También se encuentra que en las microempresas de acumulación y las pequeñas empresas, el porcentaje de empresas que pertenecen a alguna agrupación, también es mayor que el de las empresas de subsistencia.
- Los problemas de baja rentabilidad y falta de financiamiento son más importantes para las MYPEs de hasta 10 trabajadores, que para las de mayor tamaño; mientras que, para estas últimas, los problemas relacionados con el entorno resultan de mayor importancia. También los problemas de baja rentabilidad son reportados con mucha mayor frecuencia en las microempresas de subsistencia, que en las microempresas de acumulación y las pequeñas empresas. Por su parte,

los problemas de entorno cobran mayor importancia en las microempresas de acumulación y las pequeñas empresas, respecto a las microempresas de subsistencia.

- A mayor número de trabajadores de las empresas y nivel de desarrollo, mayor la proporción de empresas que se iniciaron para aprovechar oportunidades y menor las que lo hicieron por falta de alternativas.
- La información de la encuesta es consistente con la hipótesis de que, en El Salvador, el acceso a financiamiento mejora sustancialmente en MYPEs de mayor tamaño y de mayor nivel de desarrollo. También la fuente principal de financiamiento cambia sustancialmente, de acuerdo al tamaño.
- Los propietarios de empresas de mayor tamaño y de empresas de mayor nivel de desarrollo, presentan una mayor propensión a capacitarse, que sus homólogos de empresas más pequeñas y de menor nivel de desarrollo.
- El nivel de educación de los empresarios está directamente relacionado con el tamaño y nivel de desarrollo de las empresas.
- El nivel de ingresos del hogar de los propietarios de las MYPEs, presenta una relación positiva con el tamaño y nivel de desarrollo de las empresas. La contribución de la empresa al ingreso del hogar del propietario, es mayor en las empresas más grandes y de mayor nivel de desarrollo.
- Las microempresas de acumulación y las pequeñas empresas, presentan una mayor proporción de empresas que se han expandido, así como mayores tasas de crecimiento promedio, anual y acumulada. A mayor nivel de desarrollo de la empresa, mayor la participación de trabajadores remunerados en el cambio del empleo.

¿Qué podemos inferir de estos dos grupos de conclusiones? Qué tanto cuando se hace alusión a las diferencias entre empresas femeninas y masculinas, como cuando no se establece esta diferencia, las empresas de mujeres presentan en ambos casos una situación de asimetría con respecto a las empresas de hombres, lo que en todo caso, termina por excluirlas de las intervenciones públicas y privadas a favor del desarrollo empresarial y las relega a ser objeto de intervención en el área social.

CONAMYPE , ilustra lo anterior en los términos siguientes:

“Los resultados de la encuesta nos muestran un universo de establecimientos en los que predominan las lógicas de autoempleo, los negocios descapitalizados, los locales sin condiciones laborales aceptables y en general empresarios con mucha aversión al riesgo propio del emprendedor..... En tal sentido, la política de fomento al sector debe considerar como un elemento básico la segmentación del mismo, para implementar en el segmento de los empresarios políticas de desarrollo apoyadas en servicios de asistencia técnica y productos financieros diversificados a la MYPE con el objetivo específico de promover su crecimiento individual y la ampliación de las cuotas de mercado o de su oferta exportable, al mismo tiempo que contribuye a erigir una estructura sustentada en el microcrédito, más orientada a estabilizar la ocupación y el ingreso de los trabajadores por cuenta propia..... **tendríamos que en el conjunto de microempresarios solamente el 9.5% del total se constituiría en el objeto de la política de desarrollo..... es necesario afinar la política de focalización para evitar ejecutar mecanismos de políticas de desarrollo con actores que no tienen potencial para el mismo..”**

2. Principales mitos en torno a la empresarialidad femenina.

Una gran parte de las premisas sobre las cuales se construyen los análisis de la empresarialidad de las mujeres y se efectúa el diseño de propuestas de intervención en apoyo a las mismas, está constituida por una serie de mitos que encubren la realidad sustantiva de este fenómeno. Pasemos a continuación a realizar una rápida revisión de algunos de estos mitos:

Mito: *El desarrollo empresarial de las mujeres está obstaculizado por las motivaciones que las llevan a crear una empresa y/o que las mantienen al frente de la misma, ya que estas motivaciones no corresponden a las de un auténtico empresario.*

Realidad: Es cierto que las mujeres tienden a crear empresas para lograr objetivos diferentes a los objetivos que generalmente animan a los hombres a dedicarse a esta actividades, pero eso no las hace ser menos emprendedoras que aquellos. Los objetivos empresariales que están asociados al perfil empresarial “auténtico” enfatizan la búsqueda del éxito material y el progreso, medido en términos de dinero y las cosas materiales, y que corresponden a los valores empresariales capitalistas, que se identifican con una figura fundamentalmente masculina. Sin embargo, estas motivaciones no son, ni tienen porqué, ser universales. Las motivaciones de las mujeres para fundar una empresa pueden en la mayoría de casos estar asociadas al logro de seguridad económica para sus familias o al logro de la supervivencia, pero estas motivaciones, aunque diferentes a las de sus pares masculinos, son tan válidas como las de aquellos y no las hacen menos emprendedoras que los hombres.

Mito: *Las empresas de mujeres tienden a estar asociadas con el autoempleo y la supervivencia, por lo que para ellas es más conveniente diseñar intervenciones de carácter social que les aseguren la estabilidad en sus fuentes de autoempleo y en sus ingresos, con lo cual se genera un impacto adicional sobre la calidad de vida de los niños y niñas.*

Realidad: Las empresas de mujeres tienden a mantenerse en los segmentos de menor productividad e ingresos, no por una razón inherente al contenido y/u objetivos de su quehacer emprendedor, sino como resultado del funcionamiento excluyente de los mercados de factores y de bienes. Dados los estereotipos y roles de género de la sociedad patriarcal, las mujeres empresarias enfrentan mayores obstáculos para acceder a los bienes de capital, al crédito, a la tecnología y a la información comercial relevante. La ideología y la cultura patriarcal expresada en normativa escrita y no escrita, aunada a las responsabilidades reproductivas, interactúan con los mecanismos económicos, y relegan a las mujeres a desarrollar actividades de baja productividad. Dirigir a las mujeres intervenciones de carácter social que no modifican sus condiciones de acceso a los mercados de factores y de bienes, no harán más reproducir las condiciones de exclusión económica y social de las mujeres empresarias.

Mito: *Las mujeres empresarias tienen trayectorias empresariales más cortas en relación a las trayectorias empresariales de los hombres, las cuales generalmente están determinadas por las fases del ciclo de la maternidad, lo que vuelve de alto riesgo la financiación de proyectos de inversión de mediano y/o largo plazo.*

Realidad: La trayectoria empresarial de las mujeres no tiene una menor duración que la de los hombres, sino más bien, las empresas propiedad de mujeres tienden a tener una mayor propensión a desaparecer (mortalidad) que las empresas de los hombres, pero no debido al ciclo de la maternidad, sino a los problemas de acceso al mercado de factores y/ de bienes. Más bien, lo que se constata en algunas mujeres es una

trayectoria empresarial intermitente que tiene períodos de transición entre el cierre de una empresa y el inicio de otra, y en la cual el rol de la maternidad es poco determinante, debido al capital social familiar y/o comunitario que les apoya en el cumplimiento de las funciones maternas.

3. La dinámica y características del proceso emprendedor de las mujeres: principales obstáculos.

En esta exposición consideraremos emprendimiento a cualquier tipo de iniciativa económica con potencialidad de convertirse en un medio para el empoderamiento y/o la autonomía de las personas que las realizan, que haya sido creada de forma individual o colectiva, y con una escala inicial relativamente pequeña.

A diferencia de otras concepciones sobre el emprendedurismo, en nuestro marco de referencia, la motivación para crear un negocio no constituye el criterio fundamental para diferenciar a la persona emprendedora, como tampoco la define la simple propiedad de un negocio.

En nuestra visión, origen y motivaciones de las personas emprendedoras es diverso y su proceso de constitución como tal, es extremadamente complejo.

En primer lugar, las personas emprendedoras pueden fundar una empresa por deseo de independencia o por la necesidad de sobrevivencia. Pueden llevar adelante este proceso como un proyecto individual o bien como un proyecto colectivo. De igual forma, las habilidades de las personas emprendedoras pueden ser el resultado de sus aptitudes innatas o bien pueden ser el resultado de un proceso de aprendizaje; o, en el mejor de los casos, una combinación de ambas circunstancias.

Lo que es importante destacar es que, cualquiera sea el origen y/o las motivaciones de las personas emprendedoras, éstas convierten la actividad empresarial en una estrategia de vida, entendida esta como la forma mediante la cual una persona procura satisfacer ciertos objetivos de vida, por medio del uso, la combinación y la transformación de un conjunto de activos (Bebbington, 2005).

Los objetivos de vida de las personas pueden ser de varios tipos, pero lo que importa destacar es que éstos no se reducen siempre ni exclusivamente a variables económicas o financieras, sino que pueden incluir el logro de resultados menos tangibles y/o no vinculados directamente con mejoras en el progreso económico, como por ejemplo: satisfacción por proveer de educación a hijos (as), mejoras en la autoestima, desarrollo de liderazgo, entre otros. En consecuencia, la actividad empresarial de un país o de un territorio no puede ser interpretada en términos estrictamente económicos y/o evaluada únicamente a partir de ratios financieros. Se requiere de una mirada más integral de las distintas dimensiones que están involucradas en el quehacer empresarial de las personas, y en especial, una mirada hacia la forma en que este quehacer contribuye a los objetivos de vida de las personas.

En segundo lugar, la actividad empresarial debe ser asumida también como una realidad heterogénea y en constante cambio.

Las personas emprendedoras presentan grandes diferencias entre sí, que están determinadas por variables tales como el género, la región geográfica en donde viven, los modelos culturales con los que se identifican, entre otros factores. No es posible generalizar un “perfil emprendedor” que recoja la diversidad de características que

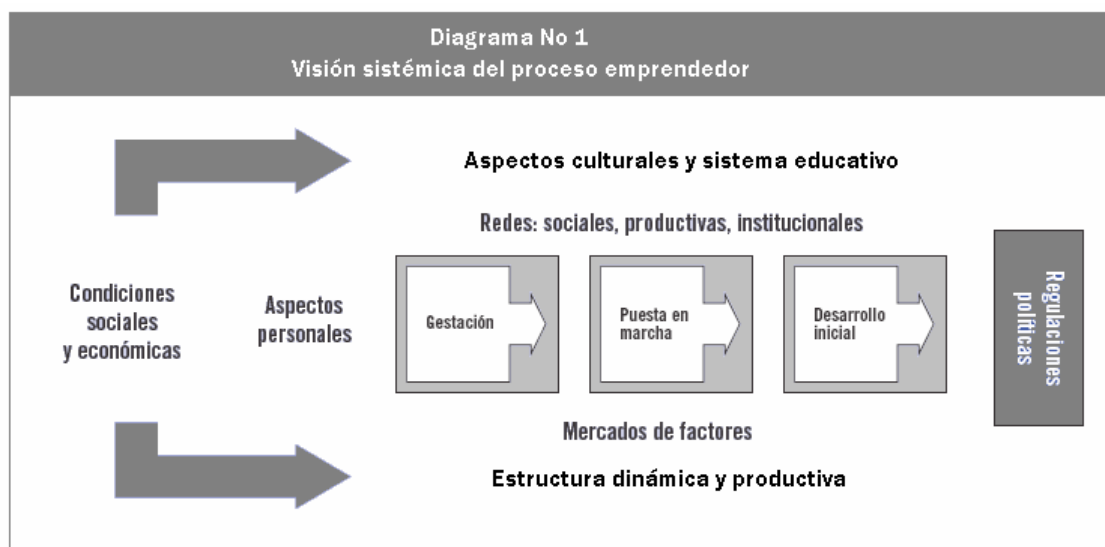
presenta un universo, ya que ello implicaría abstraer las diferencias y en consecuencia, invisibilizar a las personas portadoras de atributos que no correspondan a la construcción del perfil dominante.

Asimismo, las actividades emprendedoras no guardan un patrón constante en su desempeño a lo largo del tiempo. Sus características varían en las distintas etapas que forman la vida de un emprendimiento económico y de la vida de los emprendedores y de las emprendedoras.

Tener presentes estos dos elementos nos lleva a asumir una posición cautelosa frente a algunos estudios sobre la empresariedad que se han elaborado exclusivamente a partir de encuestas empresariales de carácter nacional, ya que podrían estar incurriendo en el error de interpretar el fenómeno de la empresariedad de manera extremadamente agregada y/o generalizar conclusiones a partir de la “fotografía” que la encuestas han tomado en una momento muy particular de la vida de una empresa ó bien de la vida de la persona emprendedora.

Para minimizar los riesgos de este tipo de estudios, nuestra propuesta metodológica para estudiar el emprendedurismo femenino recomienda abordar este fenómeno desde una doble perspectiva: a) Enfoque estructural o sistémico y b) Enfoque de Género.

La figura 1 ilustra el proceso emprendedor basado en el enfoque sistémico propuesto por Kantis (2004), concebido como una sucesión de tres etapas: gestación de la idea de negocio, puesta en marcha de la empresa y desarrollo inicial de la empresa). La primera etapa comienza con la motivación para emprender e incluye, además de la formación de competencias empresariales, la identificación de la idea de negocio y la elaboración del proyecto. En la segunda etapa, se toma la decisión de emprender, y el eje central de actividades de concentra en el acceso a los recursos y su organización. Finalmente, en la tercera fase, se suceden los primeros años de vida de la empresa y son los considerados “años críticos” para la supervivencia de la misma, pues en estos primeros años que la empresa ingresa al mercado, y es cuando la persona o personas emprendedoras deben confrontar el proyecto con la realidad.



Tomado de: BID/FUNDES Internacional (2004): Desarrollo Emprendedor. América latina y la experiencia internacional, página 28.

En el esquema analítico propuesto por Kantis, en cada una de estas etapas, tienen lugar diversos eventos que pueden variar para las personas emprendedoras,

influyendo en resultados (output) diferentes para personas y grupos. Entre los factores que inciden en las distintas fases del proceso emprendedor, se pueden mencionar: el entorno económico, social y político de la persona emprendedora; sus redes de contacto ó acervo de capital social; la cultura imperante en el medio social en que se desenvuelve; su perfil sociodemográfico; las habilidades y competencias personales para emprender; entre otros.

Cuando se vinculan entre sí los aspectos anteriores, se abre paso al funcionamiento de un sistema de desarrollo emprendedor, entendido como “el conjunto de elementos y factores que inciden sobre el proceso emprendedor contribuyendo u obstaculizando el nacimiento y desarrollo de emprendedores y de empresas tanto en términos cuantitativos como cualitativos”.

Pese a las ventajas indiscutibles que el enfoque sistémico del proceso emprendedor presenta en relación a los enfoques unilaterales y estáticos, presenta una limitación: cuando no le es incorporada una perspectiva de género, sus resultados no logran dar cuenta de las diferencias del proceso emprendedor entre mujeres y hombres, y generalmente, sus conclusiones terminan invisibilizando el quehacer empresarial de las mujeres y/o sus propuestas apuntan a recomendaciones generales y poco operativas acerca del contenido de las estrategias para apoyar la empresarialidad de las mujeres.

A manera de ilustrar estas limitaciones, tómese como ejemplo el estudio sobre el desarrollo emprendedor en América Latina realizado recientemente por BID y FUNDES, el cual al describir el perfil del emprendedor dinámico en la región concluye: ***“El emprendedor típico es un hombre joven de clase media y elevado nivel educativo”***; y más adelante en sus recomendaciones de política destaca que : *“... el acceso a las oportunidades para ser empresario debe ser más equitativo, a efectos de incrementar las fuentes de riqueza económica y el número de emprendedores dinámicos y fortalecer los canales de movilidad social....Una decidida acción que facilite la incorporación de mujeres a la creación de empresas tiene igualmente gran potencial para ampliar la base de nuevos emprendimientos dinámicos”*.

Sin embargo, ¿cómo se puede recomendar “una decidida acción” a favor de la empresarialidad femenina, sí a lo largo de todo el estudio realizado no se han considerado los factores específicos que limitan y/o que promueven la actividad emprendedora de las mujeres y sus diferencias con la actividad emprendedora de los hombres?. ¿Cómo se puede pasar de la propuesta a la acción a favor de los emprendimientos de mujeres, sí el contenido de lo que debe ser un “emprendedor dinámico” está construido a partir de un perfil emprendedor fundamentalmente masculino?, ¿Cómo se pueden elaborar políticas y estrategias que tengan impacto sobre las actividades empresariales de las mujeres, sí el marco analítico que sirve de referencia para este diseño se ha construido tomando como norte, los objetivos de vida masculinos?.

Una decidida acción que facilite la incorporación de mujeres a los segmentos empresariales más dinámicos, y consecuentemente, de mayor competitividad, no se logra únicamente a partir de la constatación de las diferencias en la participación de mujeres y hombres en estos segmentos. Se necesita identificar en qué consisten las diferencias en los factores que inciden en el proceso emprendedor de mujeres y hombres, para actuar sobre ellos a favor de las mujeres.

Así por ejemplo, las redes sociales (amigos, parientes), institucionales (gremios empresariales, instituciones de apoyo, universidades) y productivas (proveedores, clientes) de los emprendedores, suelen cumplir un papel crucial a lo largo del proceso

de constitución y operación de sus empresas: pueden facilitar el acceso a recursos necesarios para iniciar el negocio, brindar apoyo para resolver problemas y/o facilitar el acceso a información (comercial, tecnológica) relevante para la empresa.

Para las mujeres, el papel que juegan las redes institucionales y productivas en el desarrollo de su proceso emprendedor es menos determinante, en relación al papel que desempeñan sus redes familiares. Sin embargo, en la medida que, las mujeres emprendedoras provienen de familias con pocos contactos relevantes, desde el punto de vista de la actividad empresarial, la familia se convierte en elemento que contribuye más bien a apoyar a las mujeres en la realización de tareas de cuidado y administración del hogar, y no así un factor que promueve el acceso a recursos o los contactos comerciales.

Por otra parte, las mujeres empresarias se ven limitadas a participar en redes de cooperación con otras empresas e instituciones, que les faciliten la obtención de ventajas competitivas mediante el acceso a recursos con capacidad de aumentar el valor de los productos o servicios que ofrecen sus empresas. Estas limitaciones provienen por una parte, de las dificultades para conciliar su escaso tiempo disponible, con la participación en un acuerdo de cooperación interempresarial, el cual por lo general tiende a ocupar un tiempo suplementario al horario de atención a la empresa y al cumplimiento de obligaciones de trabajo para la familia. De igual manera, inciden en su falta de participación en redes institucionales y/o productivas, los estereotipos femeninos que se promueven en la imagen de las mujeres empresarias: socialmente se considera que el lugar ideal para pasar el “tiempo libre” de las mujeres empresarias es el hogar, lo que deja poco espacio para participar en actividades o en espacios públicos, que permitirían su vinculación con redes de apoyo.

Por otra parte, las mujeres empresarias tienden a enfrentar mayores obstáculos para acceder a los factores de la producción y/o acceden a ellos a costos mayores. Ello provoca pérdidas e productividad e ingresos para sus negocios.

Así por ejemplo, el crédito sigue siendo para las mujeres más costoso que para los hombres, debido a que se considera un crédito de alto riesgo, ya sea por la falta de garantías reales como por la mayor incertidumbre o inestabilidad que se asocia a las actividades empresariales femeninas. Las mujeres constituyen así la principal clientela de las instituciones de microfinanzas, que se caracterizan por prestar montos de crédito menores, a plazos cortos y a tasas de interés superiores a las de las instituciones financieras tradicionales. (ver cuadro número 1)

Cuadro No 3

El Salvador: Distribución de clientela de 28 Instituciones de Microfinanzas, según sexo.

	2002		2003		2005	
	clientes	%	clientes	%	clientes	%
Mujeres	95,695	70%	103,716	68%	124,141	68%
Hombres	40,994	30%	47,625	31%	57,292	32%
Total	136,689	100%	151,341	100%	181,433	100%

Fuente: Proyecto FOMIR/DAI-UCA; Revista Microenfoco No 16, página 21.

Los servicios de desarrollo no financieros son ofrecidos por parte de las instituciones gubernamentales y no gubernamentales en condiciones que no favorecen la competitividad de las empresas femeninas, particularmente de las microempresas. Se tiende a utilizar un lenguaje excesivamente técnico, se brindan en horarios no

adaptados a la disponibilidad de tiempo de las mujeres y tienden a utilizar ejemplos de empresas y de empresarios (generalmente masculinos) que no se adaptan a las características de su emprendimiento. Esto muchas veces las lleva a considerar que la capacitación o la asesoría técnica, no es de utilidad práctica para sus empresas, y tienden a ausentarse de las mismas, inclusive cuando estos servicios sean gratuitos ó altamente subsidiados.

A partir de los elementos expuestos anteriormente, se podría afirmar que los obstáculos al desarrollo del proceso emprendedor de las mujeres, pueden ser agrupados en tres grandes categorías:

- *Obstáculos relacionados con factores asociados a roles y relaciones de género, que inciden negativamente en las distintas etapas del proceso emprendedor.*
- *Obstáculos relacionados con la calidad del capital social externo que poseen las mujeres empresarias incide en los resultados de cada una de las fases del proceso emprendedor.*
- *Obstáculos relativos a la cantidad y calidad del capital social existente al interior de los emprendimientos femeninos que determina que su inserción en la cadena productiva se realice en los eslabones de menor valor y no favorece el desarrollo de ventajas competitivas.*

4. La necesidad de incorporar una perspectiva de género en el diseño de los proyectos orientados a apoyar la empresarialidad de las mujeres: propuestas para la acción.

Para incorporar una perspectiva de género en el diseño de proyectos de desarrollo de la empresarialidad de mujeres es preciso asumir una serie de premisas, entre las cuales se pueden mencionar las siguientes:

- La empresarialidad no siempre es un fin ó un estilo de vida para las mujeres, sino que puede ser simplemente un medio o estrategia para lograr ciertos objetivos de vida, los cuales no se limitan necesariamente a resultados económicos. Los objetivos de vida de las mujeres pueden ser variados, e incluyen: aumento de ingresos, mejoramiento de calidad de vida de familias y comunidades, transformación de condiciones de subordinación, eliminación de violencia de género, aumento de participación política, etc. En tal sentido, la empresarialidad femenina debe ser considerada principalmente como instrumento para el empoderamiento y la autonomía.
- El capital empresarial de las mujeres (y de los hombres) es la suma de activos tangibles (inventarios, equipo, recursos financieros, etc.) y de activos intangibles. En la evaluación de las empresas de mujeres, es necesario tener en cuenta esta perspectiva más integral de los activos de las empresas.
- La conveniencia de inscribir el diseño de las propuestas de estrategias de apoyo al desarrollo emprendedor de mujeres dentro del marco teórico y práctico de la Economía Solidaria. No se trata de proponer cualquier modelo de intervención para aumentar los indicadores económicos y/o financieros de las iniciativas económicas, que terminen por reproducir y/o profundizar la situación de marginación y de exclusión social del modelo de desarrollo presente en la mayoría de países de América Latina. Se trata de proponer estrategias que contribuyan

realmente al empoderamiento y a la autonomía de las mujeres en el marco de relaciones económicas y sociales que no profundicen las brechas de la desigualdad de nuestros países.

- Las intervenciones más apropiadas para el desarrollo de las actividades empresariales de las mujeres son aquellas que tienen un abordaje territorial y tienen como marco para el diseño de estrategias, la cadena productiva y en análisis de valor de la cadena productiva en donde se insertan las empresas de mujeres. Cuando se identifican las cadenas productivas dentro de las cuales están insertas las actividades empresariales de las mujeres, se puede avanzar hacia un enfoque más integral de esta realidad, ya que se comprende cual es la dinámica que existe en cada uno de los eslabones que participan en una cadena productiva. Ello permite que las intervenciones de fortalecimiento de las empresas femeninas no sean aisladas y por lo tanto, se tienen mayores perspectivas de que éstas, mejoren sus oportunidades de éxito u optimicen su efecto.
- Asegurarse que en todas las fases del ciclo de los programas y proyectos para promover el desarrollo de la empresarialidad de las mujeres (identificación, diseño, ejecución, seguimiento y evaluación) se cumplan con los siguientes requisitos: a) participación de las mujeres; b) No instrumentalización ni profundización de la carga de trabajo no remunerado de las mujeres; y c) definición de acciones transversales y acciones específicas para mejorar la condición y posición de las mujeres empresarias.

Teniendo presente estas premisas, se podría preparar en cada caso específico una agenda de líneas para la acción a favor de la empresarialidad de las mujeres, que contenga al menos las siguientes líneas de trabajo:

- a) Identificar los diversos perfiles empresariales de las mujeres que se encuentran presentes en el territorio ó comunidad, y caracterización del capital social (externo e interno) del que disponen.
- b) Promover la organización productiva de las mujeres mediante la creación de empresas solidarias en los eslabones de la cadena productiva de más valor y con mayor potencialidad de creación de ventajas competitivas. Las empresas de mujeres podrán desarrollar ventajas competitivas cuando realicen e integren las actividades de su cadena de valor de forma menos costosa y mejor diferenciada de otras empresas dentro de las cadenas productivas en las que están insertas
- c) Ampliación y/o fortalecimiento de capital social de las empresas de mujeres: externo e interno. Intervenciones de desarrollo no deberían dañar el capital social de las mujeres ni de las comunidades, sino fortalecerlo y/o ampliarlo.
- d) Diseñar instrumentos de desarrollo de la empresarialidad que respeten la racionalidad económica de las mujeres y de las comunidades, y que no impongan racionalidad económica que no corresponde a sus objetivos de vida.
- e) Diseñar un sistema de indicadores de impacto que permita evaluar en términos cuantitativos y cualitativos la contribución de las acciones de desarrollo en el empoderamiento y en la autonomía de las mujeres.

Muchas Gracias.