

Actividad empresarial de la mujer en América Latina.

Una exploración del conocimiento actual

Julie R. Weeks

Danielle Seiler

Banco Interamericano de Desarrollo

Washington, D. C.

**Serie de informes técnicos del
Departamento de Desarrollo Sostenible**

**Catalogación proporcionada por
Banco Interamericano de Desarrollo
Biblioteca Felipe Herrera**

Weeks, Julie R.

Actividad empresarial de la mujer en América Latina. Una exploración del conocimiento actual /
Julie Weeks, Danielle Seiler.

Julie R. Weeks es Directora de Investigaciones de la Fundación Nacional de Mujeres Propietarias de Empresas

Danielle Seiler es Analista de Investigaciones de la Fundación Nacional de Mujeres Propietarias de Empresas

Las opiniones expresadas son responsabilidad del autor y no representan necesariamente la posición oficial del Banco Interamericano de Desarrollo.

Septiembre 2001

Esta publicación (Número de referencia MSM-110) se puede obtener en:

División de Micro, Pequeña y Mediana Empresa

Publicaciones, Stop B-0800

Banco Interamericano de Desarrollo

1300 New York Avenue, N.W.

Washington, D.C. 20577

E-mail: sds-sme@iadb.org

Fax: 202-623-1708

Web Site: <http://www.iadb.org/sds/sme>

Prólogo

Existe un creciente interés entre los responsables de políticas, académicos y profesionales sobre la capacidad empresarial. Este interés surge de reconocer que la creación de nuevas empresas incrementará las capacidades locales para lograr mayor crecimiento económico y contribuirá a desarrollar la economía de mercado. Las mujeres empresarias juegan un papel cada vez más importante en la promoción de este crecimiento y desarrollo.

Las habilidades empresariales de las mujeres juegan un papel predominante en el sector microempresarial. Contribuyen de manera consistente a incrementar y valorar la capacidad empresarial, al demostrar sus capacidades y habilidades proactivas en alcanzar sus propias empresas.

Varios estudios han explorado la importancia de las mujeres empresarias en los países de la OCDE, donde se han implementado programas especiales que se centran en empresas en propiedad de las mujeres. Sin embargo, en América Latina y el Caribe son limitadas las investigaciones sobre el papel de las mujeres empresarias y pocos programas las promueven. De hecho, los datos estadísticos que captan las brechas de género en las pequeñas empresas así como la información cualitativa sobre las mujeres empresarias son bastantes escasos. No obstante, desde hace unos años el papel de las mujeres empresarias en el desarrollo social y económico está comenzando a ser reconocido, requiriendo mayor atención, particularmente en el área de Pequeñas y Medianas Empresas.

Este informe pretende introducir la discusión de la brecha de género en el desarrollo de las empresas así como explorar posibles acciones que pudieran fomentar de manera efectiva el empresariado de las mujeres. Con este propósito en mente, hemos buscado resultados de recientes trabajos de campo sobre mujeres empresarias en América Latina y el Caribe y encontramos estudios cuantitativos muy útiles para un número limitado de países que nos permiten comenzar el análisis de las brechas de género existentes entre los empresarios. Este estudio se enfoca en mujeres propietarias de pequeñas empresas formales. Además del análisis de la brecha de género, necesitamos una perspectiva más amplia de lo que se ha hecho para poder tratar de corregir las diferencias en el acceso a los factores de producción por parte de las mujeres y sobretodo aprender de las experiencias más prometedoras. Apenas estamos comenzando a examinar la relación entre las desigualdades de género y el desarrollo económico, los resultados iniciales más importantes del presente estudio son la identificación de nuevos temas a ser discutidos y recomendaciones para acciones futuras.

La División de Micro, Pequeña y Mediana Empresa se encuentra en la fase final de un importante estudio comparativo sobre el empresariado en cuatro países tanto de América Latina como de Asia, y este informe sobre temas de género complementa los mayores hallazgos de los principales factores que influyen la creación de nuevas empresas.

Esperamos que este informe, después de proporcionar un análisis sobre las mujeres propietarias de empresas en América Latina y el Caribe y plantear los puntos fundamentales, abra una discusión sobre el tema y dé aportes sobre posibles estrategias, futuras investigaciones y nuevos proyectos.

Antonio Vives
Subgerente
Departamento de Desarrollo Sostenible
Subdepartamento de Empresa Privada y Mercados Financieros

Indice

Resumen Ejecutivo	1
Introducción.....	3
Un análisis del conocimiento actual	4
La actividad empresarial de la mujer y el crecimiento económico	6
Análisis profundo de la situación de las mujeres propietarias de empresa en Argentina, Brasil y México	9
Programas que fomentan la actividad empresarial de las mujeres	16
Redes de negocios de mujeres	16
Acceso al capital	17
Acceso a mercados	18
Programas gubernamentales	19
Conclusiones y recomendaciones	21
Bibliografía.....	23
Apéndices	27
A. Resumen de metodologías de encuestas	27
B. Tablas estadísticas	29

Resumen ejecutivo

Aunque mucho se ha escrito acerca de la actividad económica y empresarial en América Latina y el Caribe, hay muy pocas estadísticas que cuantifiquen las contribuciones económicas de la mujer. Para aquellos lugares donde las estadísticas no están disponibles, parece ser que entre el 25% y el 35% de los empleadores y personas que trabajan por su cuenta en la región son mujeres. Por lo tanto, tanto entre las microempresas como entre la pequeña y mediana empresa (SME), entre un 1/4 y un 1/3 de ellas, son propiedad de mujeres.

Un análisis de la relación que guarda la actividad económica entre las mujeres y el crecimiento económico de un país muestra que existe una clara correlación que es más fuerte entre la actividad empresarial de las mujeres y el crecimiento del PIB, que entre la participación de cualquiera de las dos fuerzas laborales o la condición gerencial, y el crecimiento económico. En un análisis de correlación de la relación del nivel de la participación económica de la mujer, la proporción de mujeres como empleadas administrativas o gerenciales, y la proporción de mujeres como empleadoras o personas que trabajan por su cuenta, con el crecimiento del PIB en 1995, encontramos que existe una relación positiva, aunque débil, entre la actividad económica y el crecimiento del PIB, y ninguna relación significativa entre los niveles superiores de actividad económica—según son estos medidos por la proporción de mujeres en cargos administrativos o gerenciales—y el crecimiento económico. Sin embargo, sí existía una relación positiva y más fuerte entre la participación de la mujer en la propiedad de empresas y el crecimiento del PIB, lo cual justificaría hasta un 19% del crecimiento económico de un país. Aunque los datos que se usan en este análisis carecen de una comparabilidad completa entre países y combinan tanto microempresas como a las SME, se trata de los datos más completos disponibles. Sin embargo, a pesar de sus deficiencias, nuestro análisis indica que el conferir poder a la mujer a través de hacer posible que trabaje por su cuenta y pueda ser propietaria de su empresa, podría

resultar ser una estrategia económica sumamente fructífera.

En nuestro estudio del estado de la actividad empresarial en América Latina y el Caribe, hemos encontrado muchos indicios que hablan de la cada vez mayor atención que se pone al desarrollo económico de las mujeres, pero pocos datos concretos que cuantifiquen las contribuciones económicas de este sector o los desafíos a los que se enfrenta. Además, los pocos datos que pueden encontrarse con frecuencia no son comparables entre países, complicando así un análisis sintetizado. Sin embargo, investigaciones realizadas por la NFWBO, SEBRAE y otros, señalan las varias necesidades comunes expresadas por mujeres que dirigen pequeñas y medianas empresas, como ya se mencionó con anterioridad. Entonces, teniendo en mente las conclusiones de nuestro estudio de la literatura y el análisis de la encuesta, ofrecemos al Banco Interamericano de Desarrollo las siguientes recomendaciones:

Nuestro análisis de la relación entre la actividad económica en general, condición gerencial y actividad empresarial de las mujeres, así como el crecimiento económico nacional en toda América Latina y el Caribe, claramente muestra que el apoyo a los esfuerzos de desarrollo empresarial podría tener un impacto significativo sobre el crecimiento económico y la prosperidad en la región. En consecuencia, recomendamos que los esfuerzos del BID dirigidos al desarrollo económico de la mujer pongan cierto énfasis en los esfuerzos dirigidos a la creación de empresas.

Los programas más exitosos que hemos identificado, que promueven el desarrollo de empresas de mujeres, tienen una característica común que los une: son iniciativas en colaboración, que con frecuencia incluyen tres sectores clave: organizaciones de negocios de mujeres, organizaciones no gubernamentales y dependencias de gobierno.

El BID debería ser un catalizador para reunir grupos de negocios de mujeres y dependencias de gobierno, en los programas e iniciativas que apoya.

El acceso al capital es una preocupación clave de las mujeres propietarias de empresa, pero el capital en sí no es suficiente. Las iniciativas de mercado de las empresas de mujeres de los miembros de la alianza bancaria global recién fundada lo han reconocido. Los programas que ofrecen dentro de sus países—y que buscan expandir internacionalmente — incluyen asistencia en el proceso de vincular a las mujeres para integrarse a redes de apoyo, proveer capacitación y asistencia técnica, así como asesoría sobre crecimiento. Las actividades y el desempeño futuros de esta alianza podrían ser de interés para el BID.

Se encontró que el acceso al capital, tecnología y asistencia técnica eran más problemáticos para las mujeres fuera de las principales áreas metropolitanas (al menos en el estudio en Argentina, donde había datos regionales disponibles). Los programas en los que el BID es parte activa para tener acceso a capital, tecnología y asistencia técnica, deberían incluir esfuerzos por eliminar las brechas que existen entre las grandes ciudades, los poblados más pequeños y las áreas rurales.

El enfoque principal del presente proyecto fue resumir la información conocida sobre la actividad empresarial en América Latina y el Caribe. En nuestros esfuerzos, encontramos una frecuente ausencia de comparabilidad de datos y definiciones. El BID puede jugar un papel importante y catalizador en la investigación. Recomendamos que el BID financie trabajos adicionales en materia de investigación de encuestas, especialmente en las áreas de obstáculos al crecimiento de las empresas (tales como acceso al capital, acceso a la tecnología y acceso a la capacitación, preparación académica y servicios a empresas) ; planes y expectativas de las empresas (para poder apoyar mejor sus necesidades futuras); e información descriptiva básica sobre las características personales y de

negocios de las mujeres y los hombres propietarios de empresa (para enfocar mejor los esfuerzos actuales de asistencia a empresas).

El BID está en una posición singular para alentar a las dependencias de gobierno que procesan estadísticas en toda la región para que comiencen a producir datos desglosados por género en sus informes estadísticos oficiales.

Adicionalmente, el BID debería, hasta donde fuere práctico, alentar a que se recabaran dichas estadísticas de una manera que fuese comparable entre países. Como organización multinacional con relaciones en toda América Latina y el Caribe, el BID puede también jugar un papel principal al recabar y compartir la información sobre programas existentes que fomenten el desarrollo de pequeñas y medianas empresas propiedad de mujeres. Alentamos al BID a que use su red regional para compilar un resumen de las mejores prácticas en la región que han tenido éxito al fomentar el desarrollo de empresas propiedad de mujeres, más allá del nivel de microempresa.

Dichas mejores prácticas deben incluir programas que ofrezcan capacitación y asistencia técnica a empresas, más allá del nivel microempresa; programas innovadores para el financiamiento tanto de deudas como de capital social; acceso a iniciativas de mercados, tanto para abrir a las mujeres las oportunidades que presentan las adquisiciones gubernamentales como para alentar a las mujeres (y a los hombres) propietarias de empresa a exportar sus bienes y servicios; y las mejores iniciativas de negocios basadas en asociaciones que abordan el crecimiento, servicios y defensa de sus intereses.

Mientras que el presente informe se enfoca en América Latina y el Caribe, se ha visto que las características y los retos a las mujeres propietarias de empresa son asimismo similares en otras regiones. Alentaríamos al BID en sus esfuerzos en pro del desarrollo empresarial, a que viera más allá de la región en busca de información basada en investigación y de mejores prácticas que podrían aumentar el éxito de sus esfuerzos en los países.

Introducción

La actividad empresarial¹ de las mujeres es una tendencia que gana cada vez mayor reconocimiento en los círculos de políticas públicas. Tanto gobiernos nacionales como organizaciones internacionales están percatándose de que el fomento del desarrollo económico de la mujer a través de la creación de empresas puede tener un impacto positivo en un número de áreas. Primero y antes que nada, aumenta el crecimiento económico y provee oportunidades de empleo para las propietarias y para sus trabajadores. Adicionalmente, el proveer oportunidades económicas para las mujeres puede también mejorar la condición social, educacional y de salud de las mujeres y de sus familias.

Aunque este análisis no es un repaso muy amplio de la literatura e investigación actuales, proveerá—en un solo y convincente documento—lo mejor de lo que se conoce acerca de la actividad empresarial de la mujer en América Latina, junto con un análisis de tres estudios específicamente enfocados sobre los propietarios, tanto hombres como mujeres, de pequeñas y medianas empresas en Argentina, Brasil y México.²

Se espera que este informe proveerá al BID no solamente con información útil para que se use dentro de la organización, sino también con discernimientos para compartirlos entre organizaciones asociadas y gobiernos miembros del BID³.

¹ Actividad empresarial es un término que puede usarse de muchas maneras y tiene varias definiciones diferentes. En su interpretación más limitada se refiere únicamente a empresas iniciadas por sus propietarios, con metas de lucro y generación de empleos. En su sentido más amplio, se usa para describir la gama total de la actividad de negocios. En este informe, usamos los términos actividad empresarial y empresarial en un sentido bastante amplio—para referirnos a la creación y propiedad de empresas. Así, en algunos casos, se puede referir a microempresas así como a la pequeña y mediana empresa (SME)—tanto empresas no empleadoras como empleadoras.

² La información ha sido tomada de una encuesta realizada por la Fundación Nacional de Mujeres Propietarias de Empresas y SEBRAE, el Servicio Brasileiro de Apoyo a las Micro y Pequeña Empresas.

³ Debe hacerse notar aquí que está disponible una versión más detallada de este informe, la cual incluye tablas resumidas de los datos de la encuesta y una bibliografía de fuentes de información sobre la actividad empresarial de mujeres en América Latina y el Caribe. Dicho informe detallado sólo está disponible en inglés, mientras que este informe ejecutivo ha sido producido en ambos idiomas.

Un análisis del conocimiento actual

Aunque mucho se ha escrito acerca de los aspectos de la actividad económica y empresarial de la mujer en América Latina (y en otras regiones del mundo), aún existe mucha deficiencia de información cuando se trata de cuantificar la verdadera cantidad de empresas que pertenecen a mujeres y la magnitud de las contribuciones hechas por dichas empresas. De hecho, después de una extensa revisión de literatura sobre las actividades empresariales de la mujer en el ámbito internacional, la autora Susanne Jalbert (2000) escribe, "La mayor parte de la literatura disponible sobre la propiedad de empresas por mujeres se ha concentrado en el desarrollo empresarial en países industrializados en el ámbito nacional y dentro del sector informal menos desarrollado. Existe poco material disponible sobre el papel de las mujeres empresarias en la economía global".

Nuestro estudio de la literatura actual sobre la propiedad de empresas por parte de la mujer en América Latina y el Caribe tiene un resultado similar: muchos artículos se enfocan sobre aspectos del desarrollo de microempresas—algunos relacionados con programas o asuntos específicos tales como acceso al capital—y algunas encuestas en pequeña escala o estudios de casos, pero existen pocos datos cuantitativos, ya sean en el ámbito nacional o regional, acerca del impacto económico de las empresas que son propiedad de mujeres o sobre la mujer en la pequeña y mediana empresa. Cuando uno se pregunta qué se sabe acerca de mujeres propietarias de empresa y de sus empresas en América Latina y el Caribe, podemos responder con escasos datos concretos:

- ? En aquellos lugares para los cuales existen datos (y las estadísticas definitivamente son difíciles de conseguir), parece que, a grandes rasgos, entre un 25% y un 35% de los empleadores y personas que trabajan por cuenta propia en la región son mujeres.⁴

⁴ Debe notarse que esto incluye tanto microempresas como las SME, y que estos dos grupos no pudieron separarse para este análisis.

- ? De encuestas realizadas recientemente entre empleadores, tanto mujeres como hombres, en Argentina, Brasil y México, se desprende que las empresas pertenecientes a mujeres son más pequeñas y más recientes que las empresas que son propiedad de hombres. También es menos probable que dichas empresas se dediquen a la manufactura o producción de bienes, mientras que es más probable que se encuentren en la rama de servicios o en el comercio detallista.
- ? En el ámbito personal, las mujeres propietarias de empresa en Argentina, Brasil y México son más jóvenes que sus homólogos varones. Ambos cuentan con una buena preparación académica, habiendo la mayoría terminado su educación secundaria y ostentando muchos un título universitario.
- ? También podemos describir, a partir de estas y varias otras encuestas, los problemas y desafíos más importantes a los que se enfrentan las mujeres propietarias de empresa en varios países de América Latina—entre estos el acceso al capital y a la tecnología.⁵

La Organización de las Naciones Unidas, en su publicación, *Las mujeres del mundo, 1995: Tendencias y estadísticas*, ha recopilado el más amplio resumen que hemos encontrado en nuestra búsqueda de información cuantitativa sobre la actividad económica de la mujer en el ámbito internacional.⁶ La Tabla 1 en el Apéndice B resume tres indicadores claves del papel económico que la mujer está jugando en

⁵ Ver la sección titulada "Mujeres propietarias de empresa en Argentina, Brasil y México: Un análisis a profundidad" para mayores detalles acerca de estos temas.

⁶ La fuente se incluye en la bibliografía. La O.N.U. ha actualizado gran parte de su información de 1995 en *Las mujeres del mundo 2000: Tendencias y estadísticas*, mas desafortunadamente muchos de los datos no están resumidos ni reducidos a porcentajes en una forma tan utilizable como en el informe de 1995.

América Latina: su índice de actividad económica, la porción de empleados administrativos o gerenciales que son mujeres, y la porción de empleadores y personas que trabajan por su cuenta⁷ que son mujeres. El último es el mejor indicador disponible de manera constante de la condición de la propiedad de las empresas, aunque se acepta que es deficiente ya que combina microempresas y las SME, que no pueden ser separadas para este análisis.

Como se ve en la tabla, el índice de actividad económica para mujeres adultas es de un 40% o mayor en 24 de los 32 países resumidos – que van desde un mínimo de un 32% en Guatemala a un máximo del 69% en Jamaica. Aunque en la región en general los índices de actividad económica para las mujeres van retrasados respecto a los de otras regiones (34% en América Latina y 49% en el Caribe a partir de 1990, comparado con más del 50% en “regiones desarrolladas”, el subsahara africano, y el sudeste, centro y este de Asia), el incremento porcentual en los índices de actividad económica en América Latina entre 1970 y 1990 se encontraba entre los más altos del mundo—un aumento del 54.5% de 1970 a 1990, detrás únicamente del norte de África y el sur de Asia en materia de aumento de actividad económica entre mujeres. (Ver la Tabla 2 en el Apéndice B.)

Aunque lo anterior quiere decir que un número significativo de mujeres adultas trabajan, la mayoría de ellas todavía no han logrado cargos de autoridad en el trabajo. De acuerdo con la más reciente información disponible, las mujeres detentan una porción mucho más reducida de los

⁷ Se define a las personas económicamente activas como aquellas de 15 años de edad o mayores que trabajan o están buscando trabajo. El trabajo no necesariamente tiene que ser remunerado (puede incluir agricultura de subsistencia, por ejemplo), y se toma nota de que las poblaciones exactas incluidas muy bien podrían variar entre países. Las personas que trabajan por su cuenta son esencialmente los que trabajan para sí mismos, que podrían—aunque no es probable—tener empleados remunerados de tiempo completo. Los empleadores no aparecen en un renglón aparte de las personas que trabajan por cuenta propia.

cargos administrativos o gerenciales, en comparación con la porción de mujeres económicamente activas. En la Tabla 1, la porción de mujeres en cargos gerenciales fluctúa en América Latina y en el Caribe entre el 25% y el 35%, con un mínimo de solo un 10% en Surinam y un máximo de 48% en las Antillas Holandesas.

Los índices de “propiedad de empresas”⁸ son similares. La porción de mujeres empleadoras o mujeres que trabajan por su cuenta, a partir de 1995, fluctúa desde un mínimo de un 7% en Cuba, a un máximo de un 49% en Bolivia, con 17 de los 24 países resumidos fluctuando entre el 20% y el 40%. Por lo tanto, podría decirse que, con base en la más amplia—si bien imperfecta—información disponible, las mujeres constituyen entre una cuarta y una tercera parte de la población del sector comercial formal en América Latina.

Puede verse asimismo que esta porción está creciendo. En un análisis del crecimiento de la porción de mujeres empleadoras/que trabajan por cuenta propia en América Latina y en el Caribe, de 1970 a 1990, en comparación con otras regiones, América Latina y el Caribe mostraron el crecimiento más alto—más del doble (un incremento del 118.2%) durante ese período de 20 años. (Ver la Tabla 3 en el Apéndice B.) Esto deja muy atrás al crecimiento en otras regiones: 72.7% en Europa occidental y en otras economías desarrolladas (incluyendo los EE.UU. y Canadá), 42.9% en África, 37% en Asia/Pacífico y una reducción de un 16.4% en Europa oriental. Es así por demás evidente, a partir de la limitada e imperfecta información disponible, que la actividad empresarial de las mujeres no solamente es una porción significativa de la actividad empresarial en América Latina, sino que definitivamente va incrementándose.

⁸ Aquí la propiedad de la empresa está representada por la proporción de empleadores y trabajadores por cuenta propia y, por lo tanto, incluye tanto a las microempresas como a las SME.

La actividad empresarial de la mujer y el crecimiento económico

Una razón importante por la cual los gestores de políticas están cada vez más interesados en promover el desarrollo de la actividad empresarial de las mujeres podría ser la creciente conciencia de que conviene a los mejores intereses económicos de una nación el no ignorar las contribuciones potenciales de la mitad de la población adulta a la estabilidad económica y al crecimiento. Adicionalmente, existe cierta evidencia basada en investigaciones de que el fomentar la actividad empresarial en general—y el desarrollo empresarial de la mujer en particular—está asociado con un mayor crecimiento económico. Aunque el modelo sobre el cual se basa dicha evidencia podría tener una mayor aplicabilidad a naciones más industrializadas que las que existen en la mayor parte de América Latina, aún así se trata del esfuerzo multinacional más amplio de su tipo, y logra elevar la visibilidad del impacto económico de la actividad empresarial.

En 1999, el Babson College, la London Business School y el Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, publicaron un informe de investigación titulado *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) Dicho estudio investigó en 10 países las relaciones entre la actividad propia del inicio de una empresa y el crecimiento económico, según se mide este principalmente por el crecimiento del PIB. Mientras que podría preguntarse si los autores insinúan indirectamente una causalidad para dicha correlación y en qué dirección podría fluir tal causalidad, no obstante presentan un caso convincente de que en aquellos países con niveles más altos de crecimiento económico hay una mayor actividad empresarial. Además, los autores afirman que “para la mayoría de los países del GEM, el mayor y más rápido crecimiento en inicios de nuevas empresas puede lograrse aumentando la participación de las mujeres en el proceso empresarial”.⁹

En el nuevo informe GEM 2000, que ha ampliado a 21 el número de países incluidos en el análisis, los autores afirman aún más

firmemente que la creciente participación de la mujer en la actividad empresarial puede tener un impacto positivo sobre el crecimiento económico:

“El aumentar la participación de la mujer en la actividad empresarial es crítico a la prosperidad económica a largo plazo. Las conclusiones del GEM 2000 sugieren que, si se considera como una variable independiente importante, la participación relativa de la mujer en la actividad empresarial justificaría tanto como las dos terceras partes de la variación en actividad empresarial entre países. En toda la muestra del GEM 2000, la probabilidad de que el hombre participe en la actividad empresarial es el doble que la de la mujer. Por lo tanto, la representación relativa de la mujer constituye un recurso económico latente de verdadero significado para la mayoría de las naciones”.¹⁰

Mientras que podría ser obvio que la creciente actividad empresarial de la mujer estimularía el índice global de actividad empresarial en una nación, quizá sea menos obvio que esta actividad podría afectar de manera significativa el crecimiento económico global. Nuestro propio análisis de la relación de la actividad empresarial de la mujer con el crecimiento económico podría sugerir que, en realidad, existe una relación entre el nivel de actividad empresarial entre las mujeres y el crecimiento económico de un país. Adicionalmente, dicha relación es distinta y más fuerte que el impacto que los índices de actividad económica de la mujer en general o de su porción de los cargos gerenciales o administrativos parecen tener sobre el crecimiento económico.

Como ya se explicó anteriormente en la sección que analiza el conocimiento actual, encontramos datos para toda América Latina y el Caribe, más o menos comparables, resumiendo los tres indicadores de la condición económica de la mujer: sus índices de actividad económica, la

⁹ Reynolds et al., 1999.

¹⁰ Reynolds et al., 2000.

porción de los empleados administrativos y gerenciales que son mujeres, y la porción de mujeres empleadoras/que trabajan por cuenta propia.¹¹ Aunque estos datos son imperfectos—no siempre se refieren al mismo año y en algunos casos quizá no se definan exactamente igual en un país que en otro—no obstante se trata del volumen más amplio de datos disponibles en este momento.

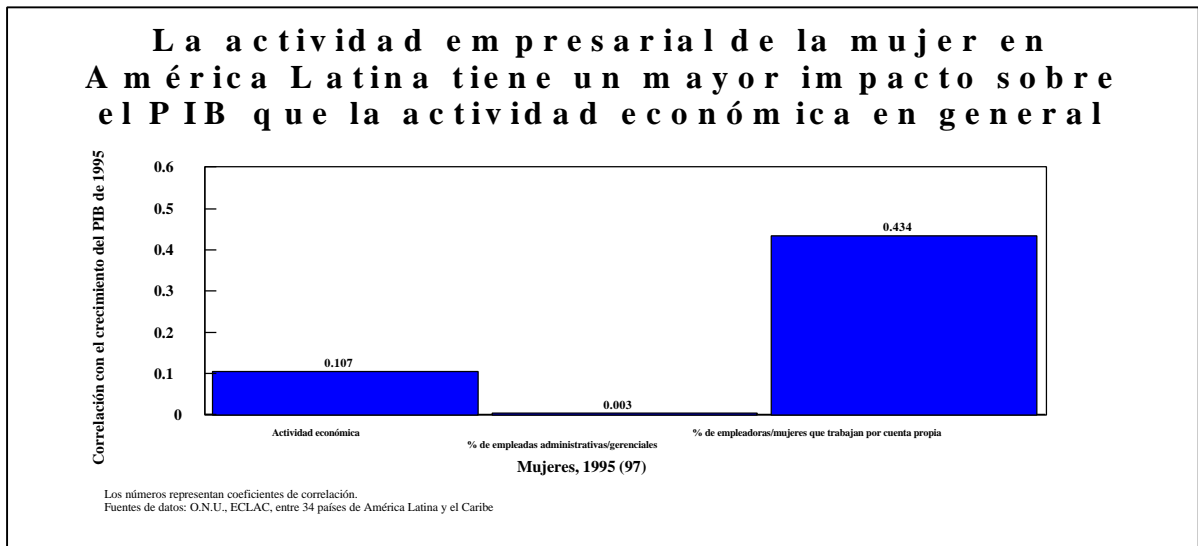
Analizamos la relación de cada una de estas tres variables con el crecimiento anual en términos del PIB en el año con los datos más prevalentes (1995). Los resultados son sorprendentes. Primero, existe una relación positiva entre el nivel de actividad económica de la mujer y el crecimiento económico en un país, mas la relación no es particularmente fuerte. Con una correlación de .107, lo anterior indica que únicamente el 1% del crecimiento económico de un país, medido por el crecimiento del PIB, podría ser justificado por un aumento en la proporción de mujeres en el sector laboral en general ($.106^2=.011$, ó 1.1%). Virtualmente ninguna parte del crecimiento del PIB puede explicarse razonablemente por el nivel de participación de la mujer en los cargos gerenciales o administrativos, ya que el

coeficiente de correlación es solamente .003. Sin embargo, encontramos que existe una relación positiva más fuerte entre la porción de mujeres que son empleadoras o que trabajan por su cuenta y el crecimiento en términos del PIB a partir de 1995. Como se ilustra en el Gráfico 1, esta relación podría explicar hasta el 19% del cambio en el PIB, siendo iguales todos los demás factores ($.434^2=.188$, ó 18.8%).

Mientras que ciertamente existen deficiencias en este análisis (esto es, el poder usar únicamente un año para dicho análisis y la probable ausencia de comparabilidad de los datos entre países), ofrece una conclusión convincente: la mujer podría hacer contribuciones económicas más significativas conforme pasa del sector laboral a las filas de las propietarias de empresa. Indicaría que el conferir poder a la mujer al posibilitarle trabajar por cuenta propia y participar en la actividad empresarial podría resultar ser una estrategia económica sumamente fructífera. Esta conclusión podría ser de particular interés para el BID en su desarrollo de programas e iniciativas, tanto en sus unidades de programas de género como de la pequeña y mediana empresa.

¹¹ La fuente de estos datos fue *Las mujeres del mundo: 1995* y *Las mujeres del mundo 2000* (ONU, 2000). El rubro “económicamente activas” incluye a toda persona empleada o desempleada de 15 años de edad o mayor, aún aquellos que participan en la producción de alimentos u otras actividades no monetarias. Sin embargo, las poblaciones incluidas podrían variar entre países. La categoría “empleador/trabaja por su cuenta” es más o menos equivalente a un propietario de empresa y los datos correspondientes a los empleadores no se separaron de los de las personas que trabajan por su cuenta (personas que trabajan para sí mismas).

GRAFICO 1



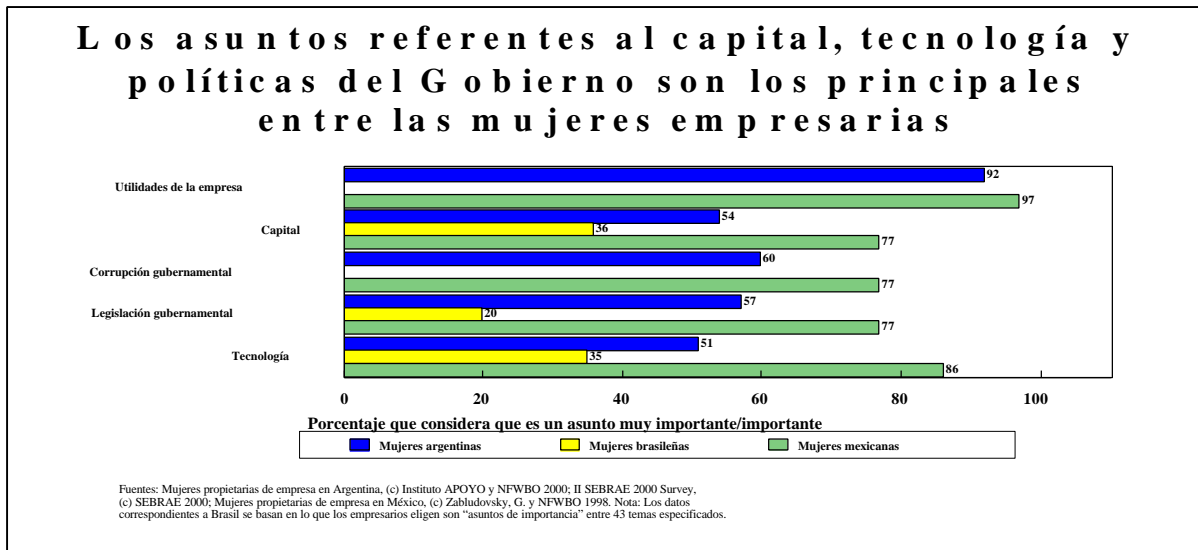
Análisis profundo de la situación de las mujeres propietarias de empresa en Argentina, Brasil y México

En nuestro análisis detallado de las tres encuestas entre propietarios de empresa, tanto mujeres como hombres, en Argentina, Brasil y México,¹² encontramos que tanto los propietarios como las propietarias de empresa están preocupados con muchos de los mismos temas, incluyendo el acceso al capital, el acceso a la tecnología y las políticas del gobierno en cuanto a negocios. La investigación de la NFWBO en otros países ha mostrado que estas son preocupaciones comunes a los propietarios de empresa en el ámbito internacional.

Los temas principales entre mujeres y hombres propietarios de empresa en Argentina incluyen mantener las utilidades de la empresa (92% de

las mujeres, 85% de los hombres), corrupción gubernamental (60% de las mujeres y los hombres) y legislación gubernamental en materia de negocios (57% de las mujeres, 48% de los hombres). Sin embargo, las mujeres empresarias en las ciudades fuera de Buenos Aires están preocupadas principalmente con el acceso al capital (67%) y el acceso a la tecnología (65%), comparadas con mujeres empresarias ubicadas en la capital (41% y 37% respectivamente). Esta es una indicación de que podría existir tanto una “línea divisoria digital” como una “línea divisoria de capital” para los propietarios de empresa – especialmente mujeres – fuera de las principales áreas metropolitanas. Este ciertamente es el caso en Argentina.

GRAFICO 2:



¹² Ver el Apéndice A en el que se encontrará una explicación más detallada de las metodologías de la encuesta y las poblaciones de la muestra.

Las mujeres y los hombres propietarios de empresa en la Ciudad de México también creen que el mantener las utilidades del negocio es un asunto de suma importancia (97% de ambos), pero están más preocupados con la dotación de personal (89% de las mujeres, 85% de los hombres) y tecnología (86% de las mujeres, 81% de los hombres) que con temas gubernamentales. Sin embargo, las mujeres (59%) y los hombres (74%) mexicanos son más propensos que las mujeres (44%) y hombres (35%) argentinos a creer que los reglamentos gubernamentales están inhibiendo el crecimiento de sus empresas.

En Brasil, las mujeres y hombres propietarios de empresa también ubican al capital (36% de las mujeres, 39% de los hombres) como dos de sus principales temas de importancia. Está claro, entonces, que el acceso al capital es un asunto de primordial importancia tanto para mujeres como para hombres propietarios de empresa.

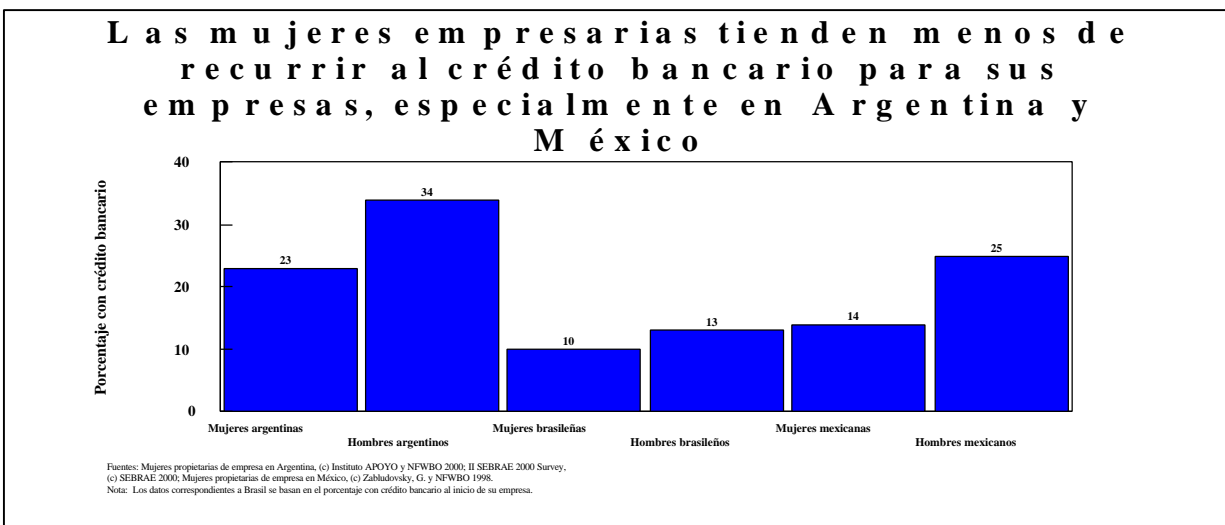
ACCESO AL CAPITAL

Quizá indicándonos por qué el acceso al capital es una preocupación clave de las empresas, únicamente el 23% de las mujeres propietarias de empresa en Argentina y el 14% de las propietarias de empresa en México cuentan con crédito bancario para sus compañías, comparadas con el 34% de los hombres propietarios de empresa argentinos y el 25% de los mexicanos. Aunque el acceso al capital en estos dos países es bajo, tanto para mujeres como para hombres, claramente es un asunto más serio en el caso de mujeres propietarias de empresa. En Argentina, el acceso al capital es un problema de más seriedad para las mujeres del Gran Buenos Aires. Mientras que esta brecha en el acceso al capital quizá se deba a que las empresas que son propiedad de mujeres no tienen la antigüedad que las que pertenecen a hombres, de todas maneras es probable que esté

limitando el potencial de crecimiento de estas empresas.

En México, las mujeres propietarias que han estado activas en los negocios por más tiempo tienen más probabilidades de contar con crédito bancario, al igual que las mujeres propietarias de empresas de mayor tamaño. El 18% de las mujeres que han sido propietarias de sus empresas durante diez años o más cuentan con crédito bancario, comparadas con únicamente el 6% de las mujeres que han estado activas en los negocios durante menos de cinco años. De la misma manera, es más probable que mujeres propietarias de empresa con 26 a 99 empleados cuenten con crédito bancario que aquellas cuyas empresas tienen cinco empleados o menos (23% comparado con un 9%). Aunque la porción de empresas con crédito bancario crece según el tamaño de la misma, la brecha entre los géneros en cuanto al acceso al capital no desaparece por completo—con esto queremos decir que aún existe un problema de acceso al capital para la pequeña y mediana empresa, así como microempresas, que sean propiedad de mujeres. Aunque no existe una diferencia significativa en el acceso al crédito bancario para la mujer argentina en razón del tamaño de la empresa y el período de propiedad de la misma, sí es aparente una distinción geográfica. Es igualmente probable que las mujeres propietarias de empresa en el Gran Buenos Aires tengan crédito bancario en la misma medida que los hombres (el 33% de las mujeres y los hombres), sin embargo, es menos probable que las mujeres propietarias de empresa en Córdoba, Mendoza y Rosario cuenten con crédito bancario que los hombres en dichas ciudades (14% comparado con un 39%). Esto señala una vez más la necesidad de una mayor atención a la cuestión de acceso al capital para mujeres propietarias de empresa en las ciudades de provincia de Argentina.

GRAFICO 3



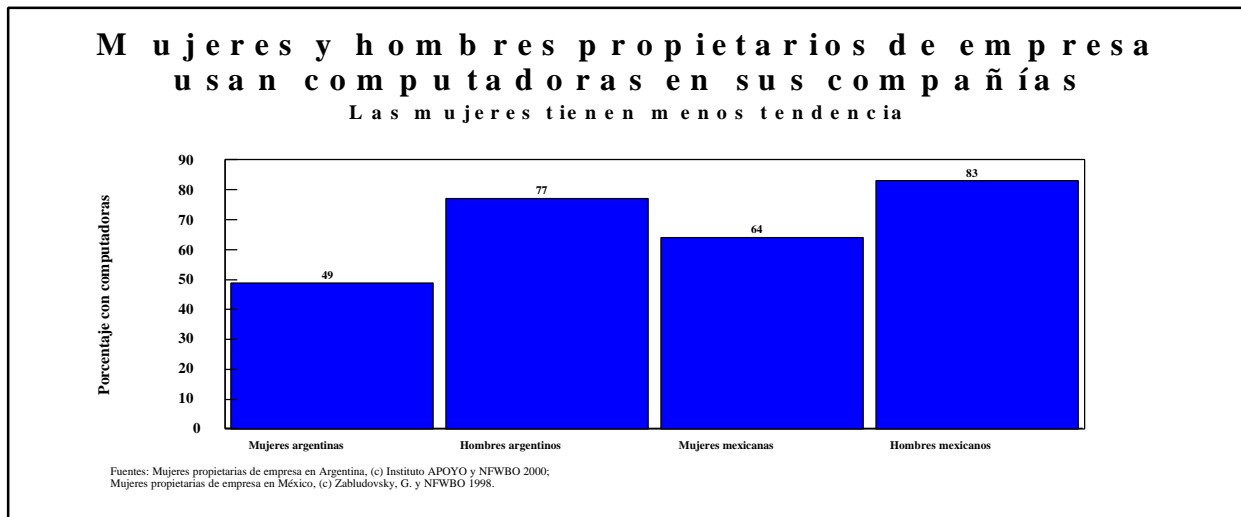
Es menos probable que las mujeres propietarias de empresa en Brasil usen crédito bancario al inicio de sus empresas en comparación con los hombres (10% comparado con el 13%), mas la diferencia no es significativa. Desdichadamente, la pregunta sobre acceso a capital que se hizo en Brasil se relacionaba con la puesta en marcha del negocio, no con los problemas reales de acceso al capital.

En este momento, los propietarios y propietarias de empresa en Argentina, Brasil y México dependen principalmente de fuentes particulares para financiar sus negocios, tales como ahorros personales, amistades y familiares. Esto podría estar limitando el crecimiento de sus empresas. De hecho, mientras que las preocupaciones por el acceso al capital tal vez no crezcan con el tamaño de la empresa (cuando menos en estos estudios), no se reducen significativamente conforme las empresas crecen. El 62% de las

En Argentina y en México, las mujeres que más recientemente se han convertido en propietarias de empresa tienden más a usar fuentes particulares para su financiamiento. Por ejemplo, el 73% de las mujeres mexicanas que han estado activas en los negocios durante menos de cinco años utilizan fuentes particulares, en comparación con el 51% de aquellas mujeres están disponibles para ellas, o que los mercados de capital no están satisfaciendo sus necesidades financieras.

mujeres mexicanas, el 61% de los hombres mexicanos, el 30% de las mujeres argentinas y el 21% de los hombres argentinos, usan recursos particulares. En Brasil, el 23% de las mujeres propietarias de empresa y el 20% de los hombres usaron financiamiento procedente de amistades y familiares para iniciar sus empresas. Es más probable que los empresarios argentinos, tanto mujeres como hombres (32% y 35%), no usen financiamiento para hacer crecer sus empresas, en comparación con empresarios y empresarias mexicanas (7% de cada uno). Mientras que es normal que se usen recursos particulares para iniciar empresas, el hecho de que los recursos particulares sigan siendo una fuente principal de capital para los negocios establecidos entrevistados en Argentina y México es ciertamente una indicación de que el crecimiento de estas empresas está siendo limitado, teniendo así un impacto negativo sobre el crecimiento económico global en estos países, que han sido propietarias de sus empresas durante diez años o más. Mientras que no es inusual que las empresas más nuevas dependan de fuentes particulares de capital, el hecho de que para una mayoría de las mujeres que han estado activas en los negocios durante diez años o más aún dependan de estas fuentes, indicaría que las mujeres no tienen conocimientos suficientes para saber qué opciones de capital

GRAFICO 4

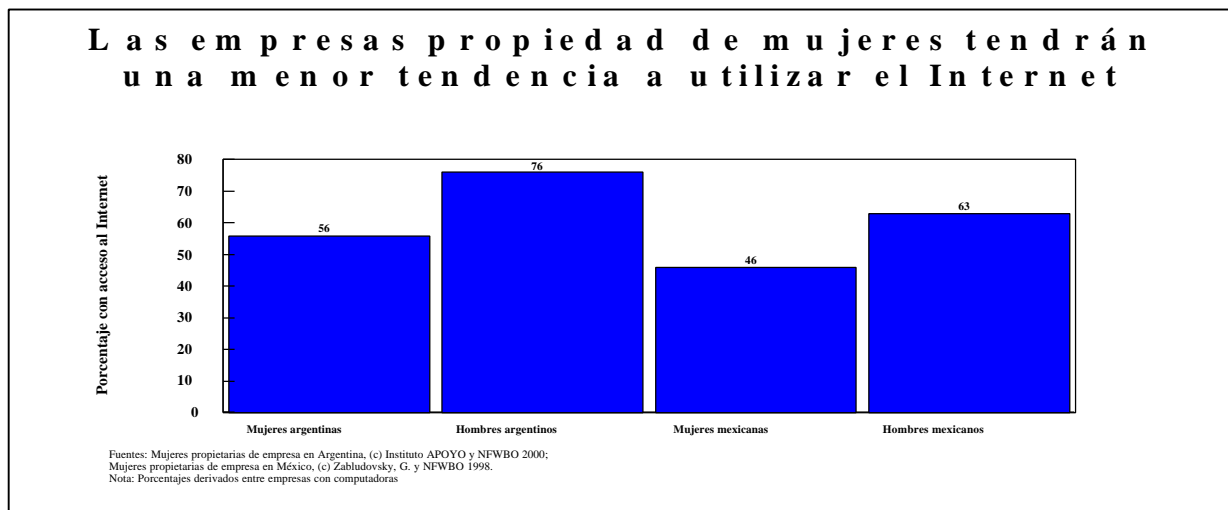


ACCESO A LA TECNOLOGIA

El acceso a la tecnología es otro asunto importante para los propietarios de empresa en Argentina y en México. Además, en ambos países, las mujeres propietarias de empresa tienden menos a utilizar computadoras en sus empresas que los hombres propietarios de empresa. Tres cuartas partes (77%) de los empresarios argentinos y el 83% de los mexicanos tienen computadoras en sus empresas, comparados con el 49% de las mujeres argentinas y el 64% de las mujeres mexicanas. Lo anterior podría ser una función del tamaño relativo y de la distribución

industrial de estas empresas. Sin embargo, en otros países en los cuales la NFWBO ha realizado encuestas entre propietarios de empresa, tanto mujeres como hombres, sobre asuntos de acceso a tecnología (los Estados Unidos y el Reino Unido), las brechas entre los géneros no han sido tan severas, a pesar del hecho de que las empresas que pertenecen a mujeres en estos países son asimismo algo más pequeñas y más recientes, y tienen diferencias similares en cuanto a distribuciones de industrias que sus homólogos varones.

GRAFICO 5



Tanto en Argentina como en México aquellas empresas propiedad tanto de hombres como de mujeres, con fuerzas de trabajo más grandes tienen una mayor tendencia al uso de computadoras. Por ejemplo, el 94% de las empresas propiedad de mujeres mexicanas con 26 a 99 empleados, comparadas con menos de la mitad (44%) de las empresas propiedad de mujeres con cinco empleados o menos. Las mujeres y los hombres en Argentina que han estado en los negocios mayor tiempo también tienden más a usar computadoras. El 61% de las mujeres que han sido propietarias de sus empresas durante diez años o más tienen computadoras, comparadas con el 42% de las mujeres que han estado activas en los negocios durante menos de cinco años.

Tres cuartas partes (76%) de los hombres propietarios de empresa argentinos y 63% de los mexicanos, que tienen computadoras, también tienen acceso al Internet. En comparación, únicamente el 56% de las mujeres argentinas y el 46% de las mexicanas también cuentan con tal acceso.

En Argentina, las empresas propiedad de mujeres situadas fuera del Gran Buenos tienden menos a tener acceso al Internet, comparadas con empresas situadas en esa área. Únicamente el 33% de las empresas propiedad de mujeres en

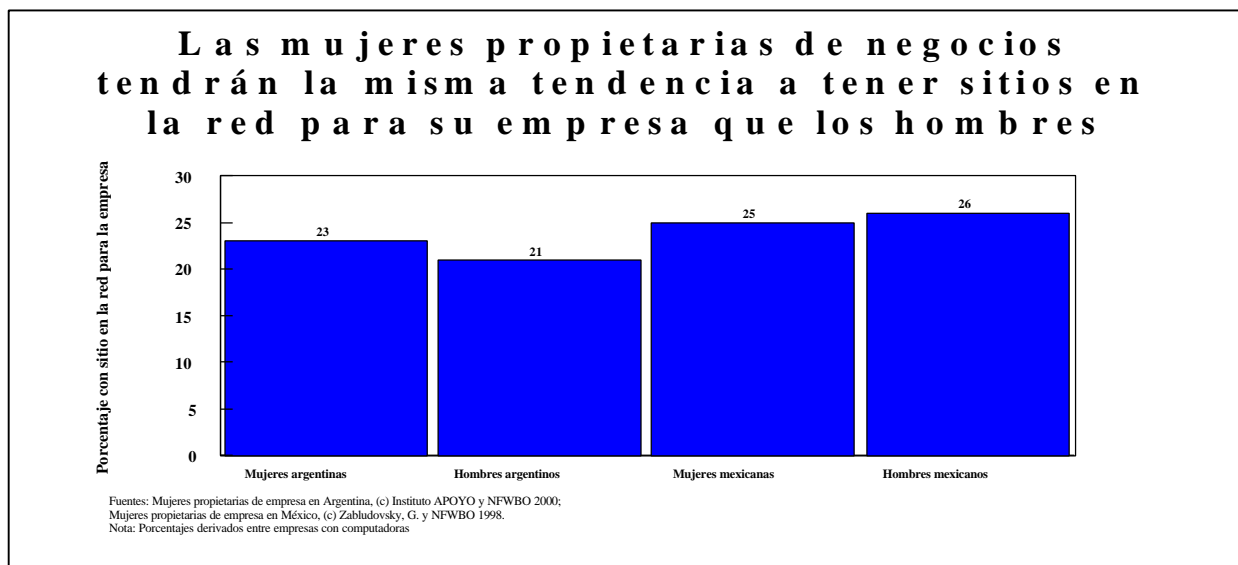
las ciudades de provincia tienen acceso al Internet, comparadas con el 74% de las empresas propiedad de mujeres en el Gran Buenos Aires.

Mientras que las empresas propiedad de hombres en México, con fuerzas de trabajo más grandes, tienden más a usar el Internet, la diferencia no es significativa entre las empresas propiedad de mujeres mexicanas y el mismo tipo de empresas en Argentina.

Entre las empresas que utilizan computadoras, las mujeres argentinas y mexicanas propietarias de empresa tienen la misma tendencia a tener páginas en la red que sus homólogos varones. El 23% de las mujeres argentinas con computadoras tienen un sitio en la red, al igual que el 21% de los hombres argentinos. De la misma manera, el 25% de las mujeres mexicanas y el 26% de los hombres mexicanos también tienen páginas en la red para sus empresas.

En México las empresas más grandes tienen una mayor tendencia a tener páginas de web. Por ejemplo, el 41% de las empresas propiedad de mujeres con 26 a 99 empleados tienen sitios en la red, comparadas con el 14% de las empresas propiedad de mujeres con cinco o menos empleados.

GRAFICO 6



La probabilidad de que los negocios en Argentina cuenten con un sitio en la red no varía significativamente de acuerdo con el tamaño de la planta laboral, pero sí varía por región.

Únicamente el 3% de las empresas propiedad de mujeres y el 2% de las empresas propiedad de hombres situadas fuera del Gran Buenos Aires tienen sitios de negocios en la red, comparadas con el 40% de las que son propiedad de mujeres y el 28% que son propiedad de hombres en el Área Metropolitana de Buenos Aires. Una vez más, lo anterior indica una “línea divisoria digital” significativa en cuestión de tecnología, entre Buenos Aires y el resto de Argentina. Esto muy bien podría estar limitando el potencial de crecimiento de las empresas en las provincias.

ACCESO A LA CAPACITACION

El acceso a la capacitación y a la asistencia técnica es otro asunto de importancia clave para los propietarios de negocios, especialmente aquellos de reciente ingreso a los negocios. Tanto en Argentina como en México las mujeres propietarias de empresa tienen una mayor tendencia que los hombres a indicar que la capacitación en la administración de la empresa es un asunto importante y que las sesiones de

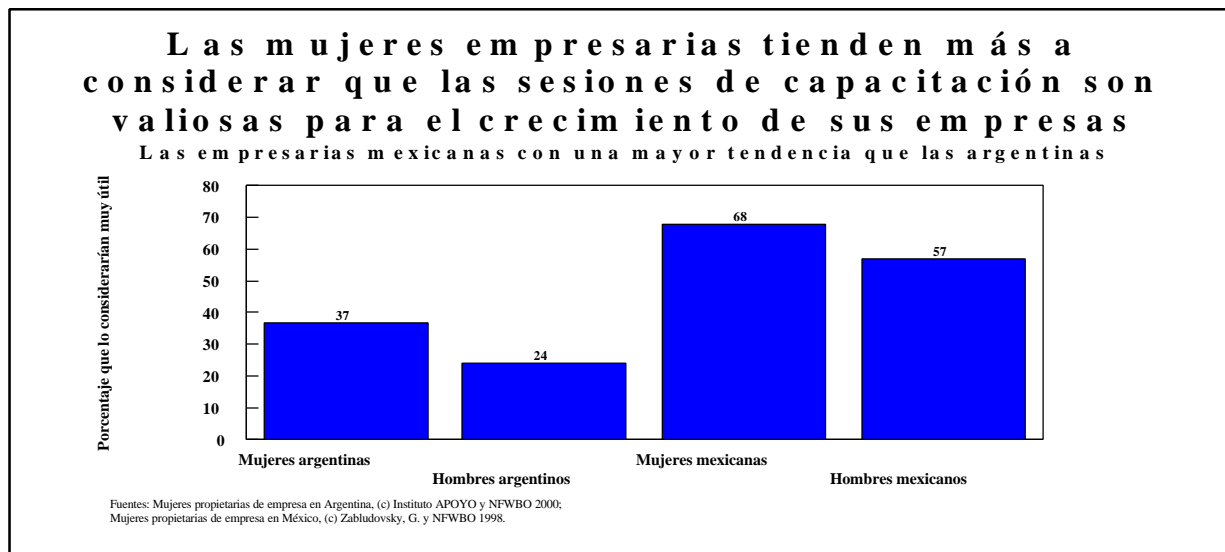
capacitación ayudarían al crecimiento de sus empresas. En Argentina, el 39% considera que la capacitación y la preparación académica son asuntos importantes en los negocios, comparadas con el 31% de los hombres. En México, el 85% de las mujeres lo consideran importante, comparadas con el 78% de los hombres propietarios de empresa.

Las empresas propiedad de mujeres en Argentina y México tienden a ser más pequeñas en términos de ingresos y, en el caso de México, en cuanto al número de empleados.

Las mujeres propietarias de empresa son relativamente nuevas a la actividad empresarial y tienden a estar en el comercio al mayoreo o detallista. En otros estudios realizados por la NFWBO, hemos encontrado que las empresas propiedad de mujeres son algo más pequeñas y más recientes que las empresas propiedad de hombres, con una menor tendencia a dedicarse a la producción de bienes.

Las mujeres en Argentina y México han sido propietarias de su empresa durante un promedio de diez años, comparadas con los hombres propietarios de empresa en ambos países, que promediaron 14 años.

GRAFICO 7:

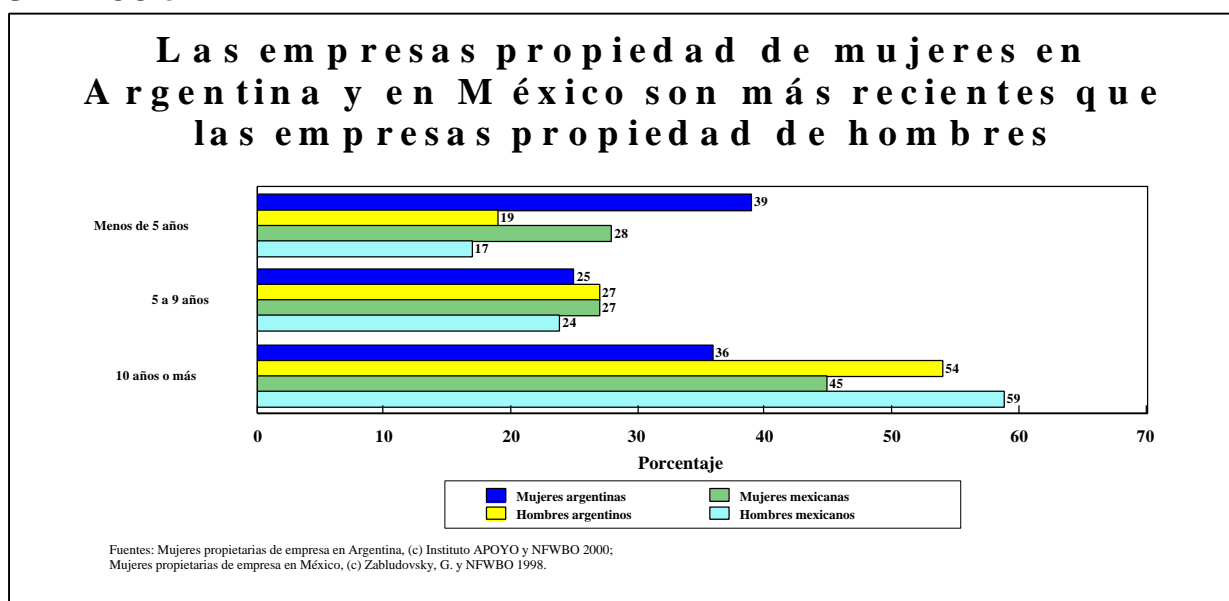


En Brasil, las mujeres propietarias de empresa que participaron en la encuesta han sido propietarias de su empresa durante un período de tiempo similar al de los hombres.

Más de la mitad de las empresas propiedad de mujeres argentinas (52%) y mujeres mexicanas (56%) ganaron menos de \$50.000 dólares durante el año anterior, comparadas a una cuarta parte de las empresas propiedad de hombres argentinos (24%) y hombres mexicanos (25%).

La mitad (51%) de las empresas propiedad de mujeres argentinas en este estudio se dedican al comercio al mayoreo y al comercio detallista, al igual que el 49% de las empresas propiedad de hombres argentinos, 38% de las empresas propiedad de mujeres mexicanas y el 21% de las empresas propiedad de hombres mexicanos. En Brasil por igual, el 53% de las empresas propiedad de mujeres y el 52% de las que son propiedad de hombres se dedican al comercio.

GRAFICO 8



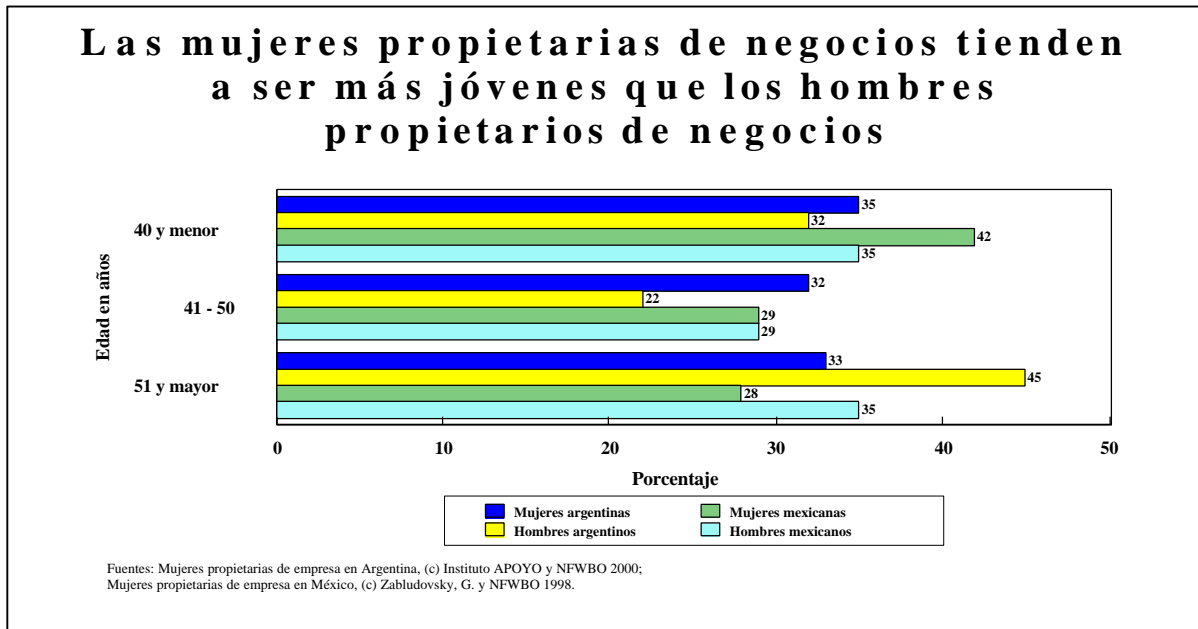
Las diferencias regionales son aparentes en Argentina, ya que las mujeres en el Gran Buenos Aires son propietarias de empresas más antiguas y más grandes. El 53% de las mujeres en las ciudades de provincia han sido propietarias de su empresa por menos de cinco años y el 74% de sus empresas ganaron menos de \$50.000 dólares en ingresos durante el año anterior. En comparación, únicamente el 26% de las mujeres en el Gran Buenos Aires han sido propietarias de su empresa durante menos de cinco años, y el 30% ganó menos de \$50.000 dólares.

En Argentina, Brasil y México, las mujeres propietarias de empresa entrevistadas son más jóvenes que sus homólogos varones.

Las mujeres propietarias de empresa en Argentina y México tienen una edad promedio de 44 años, mientras que los hombres propietarios de empresa en Argentina promedian 47 y los hombres en México promedian 46.

El 56% de las mujeres empresarias brasileñas son menores de 40 años, comparadas con el 48% de los propietarios brasileños varones.

GRAFICO 9



Programas que fomentan la actividad empresarial de las mujeres

Las investigaciones realizadas a nivel internacional por la Fundación Nacional Para Mujeres Propietarias de Empresa en América Latina y otras regiones han encontrado que las mujeres propietarias de empresa tienen muchas cosas en común independientemente de su nacionalidad. Comparten características personales comunes, son similares en muchos aspectos en las líneas de negocios que persiguen, y encuentran problemas y desafíos similares durante el inicio y crecimiento de su empresa. De hecho, hay muchas más áreas de interés común que diferencias.

En gran parte de la investigación que la NFWBO ha realizado, hemos preguntado a las mujeres propietarias de empresa – tanto directa como indirectamente – qué es lo que necesitan para que sus empresas crezcan. Surgen algunos temas comunes. Hemos encontrado que existen cinco áreas que necesitan ser abordadas – por quienes crean las políticas públicas, organizaciones del sector privado y por las mujeres propietarias de empresa mismas – para poder fortalecer el crecimiento y la vitalidad de las empresas propiedad de mujeres. Estas son:

- ? acceso a la información, incluyendo capacitación, asistencia técnica y tecnología;
- ? acceso a capital;
- ? acceso a mercados, tanto domésticos como internacionales, y en lo que respecta a adquisiciones gubernamentales y compras corporativas;
- ? acceso a redes, tanto en forma de asociaciones de empresas de mujeres como en organizaciones industriales y de negocios regionales más amplias; y
- ? validación, queriendo decir con esto que se les tome en serio y que sean reconocidas como líderes válidos de la población y en materia empresarial. Con frecuencia este reconocimiento viene en la forma de programas de comercialización en corporaciones o con una oficina enfocada a la mujer dentro de una

dependencia gubernamental, o hasta reconocimiento legislativo.¹³

En esta sección se resaltan algunos programas—tanto en América Latina como en otros países—que están ayudando a responder a estas necesidades para la pequeña y mediana empresa propiedad de mujeres. En enfoque no está dirigido hacia las iniciativas de desarrollo de la microempresa, de las cuales hay muchas y que tienden a concentrarse en lograr que mujeres y hombres se sumen a las filas de las propietarias y propietarios de empresa, sino a aquellos programas que abordan las necesidades de las mujeres propietarias de pequeñas y medianas empresas, lo cual quiere decir que el enfoque está en ayudar a que las empresas empleadoras establecidas crezcan.

REDES DE NEGOCIOS DE MUJERES

Se puede pensar en las organizaciones de negocios de mujeres como una de las tres columnas que sostienen el desarrollo de empresas que pertenecen a mujeres. Con lo anterior queremos decir que sin tres tipos de organizaciones o iniciativas—las redes de negocios de mujeres entre ellas—es virtualmente imposible fomentar el desarrollo de este tipo de empresas, o cuando menos sumamente difícil de sustentarlo. (Las otras dos columnas son los programas del sector público/gobierno y las iniciativas particulares no gubernamentales, las que también se tratarán en esta sección.)

Existen en América Latina dos redes de negocios de mujeres que nos gustaría realzar, tanto porque son internacionales en su enfoque como porque son organizaciones integradas por mujeres en empresas pequeñas, medianas y más grandes, y no en microempresas. Hay también

¹³ Esta investigación se comentó en gran detalle en una ponencia de la NFWBO de 1999 titulada “Experiencias comunes, necesidades comunes: Lecciones para el desarrollo empresarial de la mujer.”

una importante iniciativa internacional para desarrollar las capacidades de las asociaciones de negocios de mujeres que merece asimismo ser realzada.

Federación Interamericana Empresarial (FIE)

Fundada en 1999, la FIE es una confederación de organizaciones de mujeres propietarias de empresa de toda América Latina. Tienen una conferencia anual y trabajan para promover el crecimiento de sus miembros, especialmente a través del uso de tecnología y comercio electrónico. Antes de 1999, muchas de las asociaciones que integran la FIE eran miembros de una confederación de asociaciones de negocios de mujeres de Latinoamérica e Iberoamérica. Aunque la organización no cuenta con un sitio en la red en este momento, se puede encontrar información sobre su conferencia más reciente, que se celebró en Yucatán en octubre del 2000, en www.congresofie.8m.com, además de datos para establecer contacto con dicha asociación.

Mujeres, Oportunidades y Negocios

Esta es una comunidad para mujeres de negocios que tiene su base en el Internet. Proporciona un foro en línea para las mujeres propietarias de empresa así como un directorio en el cual dichas mujeres pueden proveer información sobre sus productos y servicios. Ha estado en operación desde 1997, y en 1999 dicho sitio en la red recibió el premio Silver Mate.ar, presentado por cinco cámaras argentinas de información. También recibió el galardón Stockholm Challenge Award en 2000. La organización ha firmado varias alianzas con redes de negocios de mujeres y dona parte de sus ingresos a organizaciones no gubernamentales que ayudan a niños de bajos ingresos. Su sitio en la red está ubicado en el www.mujiynegocios.com.ar

Iniciativas de mujeres en el Centro para la Empresa Privada Internacional (CIPE)

El Centro para la Empresa Privada Internacional (CIPE) es una organización afiliada a la Cámara de Comercio de EE.UU., cuya misión es desarrollar la democracia a través del

fortalecimiento en el ámbito internacional de las economías de mercado. Fundado en 1983, el CIPE ha participado en más de 550 proyectos en 70 países. Una de sus iniciativas recientes es ayudar a promover el crecimiento de empresas propiedad de mujeres a través del fortalecimiento de las capacidades organizativas de asociaciones de negocios de mujeres. El CIPE ha ofrecido varias conferencias internacionales, las cuales han reunido a líderes de asociaciones de todo el mundo, para debatir temas tales como el servicio a los miembros, gobierno de la organización, comercio internacional, comercio electrónico y el desarrollo de las líneas internacionales de comunicación. Para mayores informes sobre dichas iniciativas, se puede visitar el sitio en la red de las Iniciativas de Mujeres del CIPE, en www.cipe.org/prog/women/index.php3.

ACCESO AL CAPITAL

Uno de los elementos críticos necesarios para garantizar el crecimiento de la pequeña empresa –tanto de propiedad de mujeres como de hombres–es la disponibilidad de capital. Existe un número de organizaciones que participan muy activamente en el proceso de proveer acceso a capital para las microempresas. El Banco Interamericano de Desarrollo participa y apoya a muchas de ellas. Entre las más conocidas en América Latina se pueden mencionar a FINCA, ACCION y la Banca Mundial de Mujeres. Sin embargo, en nuestro análisis, llevamos a la atención del BID dos iniciativas orientadas a niveles más altos–hacia aquellas mujeres propietarias de empresa ya establecidas que dirigen empresas más grandes y hacia aquellas que dirigen empresas orientadas al crecimiento.

La nueva alianza bancaria global

En una reciente conferencia internacional de mujeres de negocios ofrecida por la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (OECD), titulada “Mujeres empresarias en la pequeña y mediana empresa: Cómo hacer realidad los beneficios de la globalización y la economía basada en los conocimientos”, cuatro bancos–cada uno de los cuales tiene en el ámbito doméstico iniciativas

de negocios de mujeres—anunciaron una alianza internacional. Estos son: Westpac Banking Corporation de Australia Royal Bank of Canada Bank of Ireland y FleetBoston Financial, con base en los Estados Unidos. Esta alianza tiene el potencial de expandir varias iniciativas de negocios de mujeres sumamente exitosas—que no solamente incluyen acceso a capital sino operación de red, participación en las mejores prácticas y proveer asesoría a mujeres que dirigen empresas orientadas al crecimiento—más allá de los países de habla hispana de la sociedad a otras regiones del mundo. En particular, el socio con base en EE.UU., FleetBoston Financial, tiene presencia en América Latina. Mientras que esta iniciativa se encuentra recién en sus etapas iniciales, podría proveer nuevas e interesantes oportunidades en el ámbito internacional para mujeres propietarias de empresa. Los miembros actuales de la alianza planifican ampliar su alcance e invitar a otras instituciones financieras a unirse a sus esfuerzos para “identificar y compartir aquellas mejores prácticas que nos permitirán servir mejor a las mujeres en el mercado de los negocios”. Para mayores informes respecto a este anuncio y sobre las organizaciones matrices, se puede visitar la página www.oecd.org/media/release/smes_globalalliance.htm.

El Fondo de Capital Social para Mercados Emergentes del Sector Femenino

Un nuevo fondo de inversión en capital social se encuentra en la actualidad bajo desarrollo por el ISIS Management Group. Dicho fondo, llamado el Fondo de Capital Social para Mercados Emergentes del Sector Femenino, estará dirigido internacionalmente a empresas orientadas al crecimiento que son propiedad de mujeres, incluyendo a América Latina. Las socias administrativas del fondo, Astra Michaels y MinhChau Nguyen, son antiguas ejecutivas del Banco Mundial. Las investigaciones realizadas por la NFWBO y otras organizaciones han demostrado que las empresas propiedad de mujeres que cuentan con capital en acciones crecen más rápidamente y proveen una contribución económica más fuerte a sus comunidades que aquellas empresas que no cuentan con capital propio. Los fondos de este tipo podrían proveer un nuevo y dinámico

derrotero para mujeres propietarias de empresa en América Latina y en otras regiones, para hacer crecer sus empresas a un nuevo nivel. Para mayores informes sobre esta nueva empresa, se puede visitar su sitio en la red en www.isisgroup.org.

ACCESO A MERCADOS

El proveer un acceso igual a las oportunidades del mercado para las mujeres propietarias de empresa es también un elemento importante para garantizar el crecimiento y desarrollo de empresas pertenecientes a mujeres. El acceso a los mercados puede significar acceso a las oportunidades generadas por el proceso de adquisición gubernamental o de compras de las grandes corporaciones, acceso a oportunidades generadas por el comercio internacional, o simplemente hacer llegar el producto propio al mercado. Existen algunas iniciativas que tratan con esos aspectos y que podrían resultar interesantes para el BID.

Adquisición y compras

En los Estados Unidos existen dos organizaciones no gubernamentales que se concentran en la apertura de oportunidades de mercado para mujeres propietarias de empresa ya establecidas entre las grandes corporaciones y dependencias gubernamentales. Tanto el Consejo Nacional de Empresas de Mujeres (www.wbenc.org) y la Corporación Nacional de Mujeres Propietarias de Empresa (www.nwboc.org) proveen “certificación” para mujeres propietarias de empresa, lo que les permite llenar los requisitos para participar en programas de compras corporativas y de adquisición gubernamental. Estas dos organizaciones también ayudan a concertar a sus miembros certificados con oportunidades de negocios y a trabajar con las grandes corporaciones y dependencias gubernamentales (federales, estatales y en ocasiones, locales) para brindar mayores oportunidades a las mujeres propietarias de empresa para proveer sus productos y servicios a dichas categorías de clientes. Estas organizaciones están financiadas en gran parte por honorarios de usuarios y donaciones corporativas, y reciben cierto financiamiento para su puesta en marcha de

parte de la Administración para la Pequeña Empresa de EE.UU. A nuestro entender, este tipo de organización no existe fuera de los Estados Unidos, pero es una mejor práctica que debería considerarse en otros ámbitos.

Iniciativas comerciales para el sector femenino en Canadá y Estados Unidos

A partir de 1997, el gobierno canadiense ha encabezado algunos esfuerzos innovadores para facilitar la participación de las mujeres propietarias de empresa en Canadá en el mercado internacional. En el otoño de 1997 se celebró una misión comercial a Estados Unidos de mujeres propietarias de empresa, mientras que en mayo de 1999 se celebró en Canadá una Reunión Comercial Cumbre de Mujeres de Canadá-EE.UU., y se formó una coalición investigadora para investigar, entre aquellas mujeres que hacen negocios internacionalmente, sus caminos al comercio internacional y las barreras a su ingreso y crecimiento. Estos esfuerzos han resultado en contratos para mujeres canadienses y estadounidenses propietarias de empresa—de hecho, el 20% de las mujeres canadienses que participaron en la misión comercial de 1997 reportaron que hoy en día venden sus bienes o servicios en los EE.UU. como resultado de dicho evento.¹⁴ Estos esfuerzos exitosos han generado varias “misiones comerciales virtuales”, que están en línea, y en acuerdos de negocios en persona (ver www.tradebuilders.com para mayor información), y discusiones sobre la posibilidad de ampliar estas iniciativas a México y posiblemente a otros países de América Latina. Esta serie de iniciativas es notable no solamente por su creatividad y su éxito, sino también por el hecho de que ha hecho participar a las tres columnas mencionadas: dependencias de gobierno, organizaciones no gubernamentales y mujeres propietarias de empresa y sus asociaciones.

¹⁴ Un resumen de estas iniciativas se incluye en *Fundación de mujeres empresarias canadienses, Mejores prácticas para mujeres empresarias en Canadá*, que se publicó y se distribuyó en la conferencia OECD 2000 sobre la mujer en la pequeña y mediana empresa.

Red de Empresas Artesanales

Vale la pena también hacer notar aquí una nueva organización que recientemente ha recibido financiamiento inicial de la Competencia de Innovación en el Mercado del Desarrollo del Banco Mundial. Esta organización, la Red de Empresas Artesanales, podría resultar ser sumamente útil para las microempresas, así como para la pequeña y mediana empresa—muchas de ellas propiedad de mujeres—para llevar sus productos a un mercado internacional. La Red no solamente proveerá un sitio interactivo en la red para la venta de artesanías en el ámbito mundial (este sitio todavía no entra en operaciones), sino que también está dedicada a proporcionar capacitación y asistencia técnica a empresarios y empresarias y a una comunidad internacional de artesanos—una red para la participación en ideas y la promoción de la formación de alianzas. En una ponencia presentada en un seminario de la Organización Internacional del Trabajo, Lene Mikkelsen del BID declaró, “La comercialización es uno de los servicios de desarrollo de negocios que podría potencialmente convertirse en ‘un nuevo microfinanciamiento’”.¹⁵ Esta declaración reconoce que la promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa tiene que ir más allá de los préstamos directos o hasta más allá del apoyo indirecto de organizaciones dedicadas al financiamiento e incluir iniciativas enfocadas al acceso a los mercados y a la capacitación y asistencia técnica en comercialización y otras habilidades de negocios.

PROGRAMAS GUBERNAMENTALES

En nuestra necesariamente breve búsqueda de información sobre la propiedad de empresas por mujeres en América Latina y el Caribe, también tratamos de encontrar evidencia de oficinas, programas o iniciativas gubernamentales específicamente enfocadas sobre el desarrollo de

¹⁵ Mikkelsen, L. “Servicios de comercialización para microempresas: Experiencia reciente del BID y nuevas iniciativas”, ponencia sin fecha archivada en www.ilo.org/public/english/employment/ent/sed/bds/seminar/publ/mikkelse.htm.

negocios de mujeres. Aunque tales programas podrían existir, no pudimos encontrar mención alguna sobre ellos. En los Estados Unidos, ha existido una Oficina de Propiedad de Empresas por Mujeres en la Administración para la Pequeña Empresa desde 1979. Establecida a través de una orden ejecutiva del entonces Presidente Jimmy Carter, la oficina administra un amplio programa en su Centro de Negocios de Mujeres. Existen en la actualidad 71 centros financiados en todos los Estados Unidos, los cuales ofrecen a las mujeres propietarias de negocios, tanto nuevas como ya establecidas, capacitación en materia de negocios, asistencia técnica y asistencia en la obtención de capital. Existe también en línea un centro de negocios de mujeres (www.onlinewbc.org) que provee información útil en cinco idiomas para mujeres propietarias de empresa, tanto incipientes como nuevas.

La Ley de Propiedad de Empresas por Mujeres de 1988 (Ley Pública 100-533) fue un hito histórico en el desarrollo de los negocios de mujeres en los Estados Unidos. La Ley estableció un Consejo Nacional de Negocios de Mujeres, el cual está formado por mujeres

propietarias de empresa y representantes de asociaciones femeninas, y ordenó asimismo que la Oficina de Censos de EE.UU. contara de una manera más precisa y completa la población de empresas propiedad de mujeres en su censo quinquenal. Una réplica de esta ley fue promulgada por Corea del Sur en 1998.

Existen en los Estados Unidos algunos otros programas financiados por el gobierno, vinculados al desarrollo de empresas propiedad de mujeres. Estas se resumen en un libro preparado para ser distribuido en la conferencia OECD 2000 sobre Mujeres Empresarias en la Pequeña y Mediana Empresa.¹⁶ Estos programas tratan con las principales necesidades de la comunidad de mujeres empresarias en que: 1) son un reconocimiento oficial de las singulares contribuciones y características de las empresas propiedad de mujeres; 2) brindan una voz en el gobierno federal para las inquietudes de las mujeres propietarias de empresa; y 3) proveen programas que tratan con el acceso al capital, información y mercados – tres necesidades clave para el desarrollo empresarial de la mujer.

¹⁶ Comité Interagencias del Consejo Nacional de Negocios de Mujeres sobre las Empresas de las Mujeres, *Estudio de Caso de Estados Unidos: Iniciativas exitosas de los sectores público y privado fomentando el crecimiento de la propiedad de empresas por mujeres* (2000).

Conclusiones y recomendaciones

En nuestro análisis de la condición de la actividad empresarial de la mujer en América Latina y el Caribe, hemos encontrado mucho que habla acerca de la creciente atención que se le está poniendo al desarrollo económico de la mujer, mas muy pocos datos concretos para cuantificar las contribuciones económicas o los desafíos a los que se enfrenta este sector. Adicionalmente, los pocos datos que se han encontrado no ofrecen comparabilidad entre naciones, complicando un análisis sintetizado. Como ya se dijo con anterioridad, parece, partiendo de los datos que existen, que entre el 25% y el 35% del sector formal de la micro, pequeña y mediana empresa en América Latina y el Caribe, son propiedad de mujeres y son operadas por ellas. Además, parece ser que existe una relación entre la actividad empresarial y el crecimiento económico, y que la promoción de la actividad empresarial entre las mujeres podría tener un impacto significativo sobre el crecimiento económico y la prosperidad.

Investigaciones realizadas por la NFWBO y nuestros colaboradores en Argentina y México, y por la SEBRAE en Brasil, señalan varios problemas y desafíos a los que se enfrentan las mujeres de dichas naciones. Adicionalmente, investigaciones de la NFWBO en otros países han señalado varias necesidades comunes expresadas por empresarias cuando se les preguntó, directa e indirectamente, qué es lo que mejor puede ayudarles a crecer sus empresas.

Con estas conclusiones en mente ofrecemos al Banco Interamericano de Desarrollo las siguientes observaciones y recomendaciones:

- ? En nuestro análisis de la relación que existe entre la actividad económica en general de la mujer, su condición gerencial y la actividad empresarial y el crecimiento económico nacional en toda América Latina y el Caribe claramente muestran que los esfuerzos por apoyar un desarrollo empresarial podrían tener un impacto significativo sobre el crecimiento económico y la prosperidad. Por lo tanto, recomendamos que los esfuerzos del BID dirigidos hacia el desarrollo económico de la mujer pongan cierto énfasis en los esfuerzos de creación de empresas.
- ? Los programas que tienen más éxito en la promoción del desarrollo de empresas de mujeres y que nosotros hemos identificado tienen una característica común a todos—. Son iniciativas en colaboración en las que participan tres elementos clave de los que ya se habló: organizaciones de negocios de mujeres, organizaciones no gubernamentales y dependencias de gobierno. El BID debe ser un catalizador que reúna a los grupos de empresas de mujeres y a las dependencias de gobierno en aquellos programas e iniciativas que apoya.
- ? El acceso al capital es una preocupación clave para las mujeres propietarias de empresa, pero el capital en sí no es suficiente. Las iniciativas de mercado de las empresas de mujeres de la recién formada alianza bancaria mundial ya descrita han reconocido este hecho. Los programas que ofrecen dentro de sus propios países—y buscan expandirse internacionalmente—incluyen asistencia en el proceso de vincular mujeres a redes de apoyo, proveer capacitación y asistencia técnica, así como asesoría en materia de crecimiento. Las actividades y el desempeño futuros de esta alianza podrían ser de interés al BID.
- ? Se encontró que el acceso al capital, la tecnología y la asistencia técnica son más problemáticos para las mujeres que están fuera de las principales áreas metropolitanas (cuando menos en el análisis de Argentina, en el cual había datos regionales disponibles). Aquellos programas en los que participa el BID, relacionados con acceso al capital, tecnología y asistencia técnica, deben incluir esfuerzos para eliminar las brechas que existen entre las grandes

ciudades, los poblados más pequeños y las áreas rurales.

? El enfoque principal de este proyecto fue el resumir la información conocida acerca de la actividad empresarial de la mujer en América Latina y el Caribe. En nuestros esfuerzos, encontramos una enorme carencia de información gubernamental y estadísticas oficiales sobre empresas propiedad de mujeres, y una frecuente falta de comparabilidad de datos y definiciones. El BID puede jugar un papel muy importante y catalizador en el proceso de investigación. Recomendamos que el BID financie más trabajos de investigación mediante encuestas, especialmente en las áreas de:

? obstáculos al crecimiento de las empresas, tales como acceso al capital, acceso a la tecnología y acceso a la capacitación, preparación académica y servicios a los negocios;

? planes y expectativas de las empresas, para poder apoyar mejor sus necesidades futuras; y

? información descriptiva básica sobre las características personales y de negocios de las mujeres y los hombres propietarios de empresa, para mejor concentrar los presentes esfuerzos de asistencia a las empresas.

? El BID está en una singular posición para alentar a las dependencias gubernamentales de estadística en toda la región a que comiencen a producir datos desglosados por género en sus informes oficiales de estadística económica. Adicionalmente, el BID debería, al máximo grado viable, alentar a que dichas estadísticas se recaben de una manera que permita establecer comparaciones entre países y que distinga entre microempresas y las SME.

? Como una organización multinacional con relaciones en toda América Latina y el Caribe, el BID también puede jugar un papel importante en la recopilación de la información, así como participación en la misma, pertinente a aquellos programas existentes que fomentan el desarrollo de la pequeña y mediana empresa propiedad de mujeres. Alentamos al BID a que use su red regional para compilar un resumen de las mejores prácticas en la región que han logrado el éxito al fomentar el desarrollo de empresas propiedad de mujeres, más allá del nivel de microempresa. Dichas mejores prácticas deben incluir:

? programas que ofrecen capacitación y asistencia técnica a negocios que van más allá del nivel de microempresa;

? programas innovadores de financiamiento de deuda y de capital social;

? acceso a iniciativas de mercado, tanto para abrir para la mujer oportunidades en materia de adquisición gubernamental, como para alentar a las mujeres (y a los hombres) propietarios de empresa a exportar sus bienes y servicios; y

? las mejores iniciativas de negocios basadas en asociaciones que abordan el crecimiento, servicios y defensa de los intereses de los afiliados.

? Mientras que este informe se enfoca sobre América Latina y el Caribe, se ha visto que las características y los desafíos de las mujeres propietarias de empresa son asimismo similares en otras regiones. Alentaríamos al BID en sus esfuerzos en pro del desarrollo empresarial que viera más allá de la región, en busca de información basada en investigación y mejores prácticas que podrían aumentar el éxito de sus esfuerzos en la región.

Bibliografía

Publicaciones

- Asia Pacific Economic Cooperation. 1999. *Women Entrepreneurs in SMEs in the APEC Region*. APEC Project SME 02/98.
- Banco Mundial. (sin fecha). *Gender Earnings Differentials in the Microenterprise Sector: Evidence from Rural and Urban México*. Washington, D.C.
- Carrasco Gutierréz, C. and Orozco Zevallos, O. 1995. *Mujer microempresaria: Identidad de género*. Lima: Universidad Nacional Federico Villarreal.
- Comisión Interamericana de Mujeres. 1984. *Manual de la mujer en la pequeña empresa*. Washington, D.C.: Organización de Estados Americanos.
- Duchéneaut, B. 1997. *Women Entrepreneurs in SMEs*. Background report prepared in advance of OECD conference on “Women Entrepreneurs in Small and Medium Enterprises: A Major Force for Innovation and Job Creation”. París.
- Economic Commission for Latin American and the Caribbean (ECLAC). 1990. *Los grandes cambios y la crisis: Impacto sobre la mujer en América Latina y el Caribe*. Santiago: ECLAC.
- Foundation of Canadian Women Entrepreneurs. 2000. Best Practices for Women Entrepreneurs in Canada. Paper published for the 2000 OECD Conference on Women Entrepreneurs in Small and Medium Enterprises. Toronto.
- Garbi, E. 1993. *Mujeres gerentes en la Venezuela de hoy: Una carrera desafiante*. Caracas: Ediciones IESA.
- Gestión empresarial desde la perspectiva de género: Una experiencia de capacitación interinstitucional para mujeres de los sectores populares. 1997. Buenos Aires: Nortesur.
- Grabinsky, S. and Zabudovsky, G. 1993. *Mujeres y sus empresas*, Mexico: Del verbo emprender.
- Instituto APOYO, National Foundation for Women Business Owners. 2000. *Women Business Owners in Argentina A Source of Economic Growth/Las mujeres empresarias en Argentina: Una fuente de crecimiento económico*. Washington, D.C.: NFWBO.
- Instituto Ecuatoriano de Investigaciones y Capacitación de la Mujer. 1990. *Mujeres microempresarias y microcomerciantes de los barrios marginales de Quito: Investigación*. Quito: Casa de la Cultura Ecuatoriana.
- Inter-American Dialogue, International Center for Research on Women, IBM. 1999. *Directorio de asociaciones de mujeres de negocios en América Latina y el Caribe*. Washington, D.C.: Inter-American Dialogue.
- Jalbert, S. E. 2000. Women Entrepreneurs in the Global Economy. Paper prepared for the Center for International Private Enterprise conference, *Women: The Emerging Economic Force*. Washington, DC.
- Joeke, S.P. 1987. *Women in the World Economy: An INSTRAW Study*. Nueva York: Oxford University Press.

- Ledesma, M. L. 1993. *Estrategias de acción colectiva del empresariado mexicano. El caso del Consejo Coordinador Empresa*. Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Lindenboim, J., Rofman, A., and Moreno, G., eds. 1989. *La microempresa en una estrategia de crecimiento*. Buenos Aires: Ediciones CEUR: GADIS.
- Míngo, A. 1997. *Autonomía o sujeción?: Dinámica, instituciones y formación en una microempresa de campesinas*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, CESU: Programa Universitario de Estudios de Género: Grupo Editorial M.A. Porrúa.
- Momsen, J.H, and Kinnaird, V., eds.. 1993. *Different Places, Different Voices, Gender and Development in Africa, Asia and Latin America*. Londres: Routledge.
- National Foundation for Women Business Owners. 1998. *Issues Affecting Women Business Owners in Argentina and Other Latin- and Iber-American Countries*. Executive report of results from a survey conducted at the VIII Congreso Iberoamericano de Mujeres Empresarias. Mar Del Plata, Argentina.
- _____. 1999. *Women Business Owners in São Paulo, Brazil: A Summary of Key Issues*. Washington, D.C.: NFWBO.
- National Women's Business Council, Interagency Committee on Women's Business Enterprise. 2000. *United States Case Study: Successful Public and Private Sector Initiatives Fostering the Growth of Women's Business Ownership*. Published and presented at the 2000 OECD Conference on Women Entrepreneurs in Small and Medium Enterprises.
- Nuss, S., Denti, E., Viry, D. 1989. *Women in the World of Work, Statistical Analysis and Projection to the Year 2000*. No. 18 in Women, Work and Development series. Ginebra: Organización Internacional del Trabajo.
- Organisation for Economic Cooperation and Development. 1990. *Local Initiatives for Job Creation: Entertising Women*. París: OECD.
- _____. 1994. *Women and Structural Changes: New Perspectives*. París: OECD.
- _____. 1998. *Women Entrepreneurs in Small and Medium Enterprises*. 1997 Conference Articles and Proceedings. París: OECD.
- _____. 2001. *Women Entrepreneurs in SMEs: Realising the Benefits of Globalisation and the Knowledge-Based Economy*. 2000 Conference Articles and Proceedings. París: OECD.
- Programa de igualdad de oportunidades para las mujeres en el empleo. 1995. *Vivero de empresas de mujeres: Metodología y materiales de apoyo para la capacitación*. Buenos Aires: Consejo Nacional de la Mujer, Dirección Nacional de Relaciones con la Comunidad.
- Reynolds, P., Hay, M., and Camp, S.M. 1999. *Global Entrepreneurship Monitor, 1999 Executive Report*. Ciudad de Kansas: Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.
- Reynolds, P. et al. 2000. *Global Entrepreneurship Monitor, 2000 Executive Report*. Ciudad de Kansas: Kauffmann Center for Entrepreneurial Leadership.

- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE. 2000. *II SEBRAE 2000 Survey: Business Women*. Brasília.
- Thomas, J. 1995. Replicating the Grameen Bank: The Latin American Experience. *Small Enterprise Development* 6.2: p. 16-27.
- United Nations. 1991. *The World's Women 1970-1990: Trends and Statistics*. Nueva York.
- _____. 1995. *The World's Women, 1995: Trends and Statistics*. Nueva York.
- _____. 2000. *The World's Women, 2000: Trends and Statistics*. Nueva York.
- _____. 2000. *1999 World Survey on the Role of Women in Development: Globalization, Gender and Work*. Nueva York.
- United Nations, Economic Commission for Latin America and The Caribbean – ECLAC. 2000. *Activities of the ECLAC Secretariat Relating to the Integration of Women into the Economic and Social Development of Latin American and the Caribbean From 1 September 1997 to 30 August 1999*. Santiago.
- Valdés Echenique, T. Gomariz Moraga, E. *Mujeres latinoamericanas en cifras*. 1993. Ministerio de Asuntos Sociales, Instituto de la Mujer (España), Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. Mexico City.
- Valenzuela, M.E and Venegus, S. 2001. Mitos y realidades de la microempresa en Chile: Un análisis de género. Santiago: Centro de Estudios de la Mujer.
- Weeks, J. 1999. Common Experiences, Common Needs: Lessons for Women's Entrepreneurial Development. Paper presented to Center for Policy Alternatives and discussed at Joint U.S.-European Union Entrepreneurship Seminar (October 1999) and U.N. Beijing +5 Economic Forum (June 2000).
- _____. 2000. The Face of Women Entrepreneurs: What We Know Today. Paper presented at the Second OECD Conference on *Women Entrepreneurs in SMEs: Realizing the Benefits of Globalisation and the Knowledge-Based Economy*, Paris, France, December 2000.
- Women's Leadership Conference of the Americas. 1999. *Directorio de asociaciones de mujeres de negocios en América Latina y el Caribe*. Co-published by WLCA, International Center for Research on Women, IBM.
- Zabludovsky, G. 1993. Hacia un perfil de la mujer empresaria en México. *El Cotidiano México*. Universidad Nacional Autónoma de México. Azcapotzalco
- _____. 1995. Presencia de las empresarias en México : Diagnóstico comparativo nacional y mundial. *Revista Mexicana de Sociología*. Vol. 57, Número 4. México, D. F.
- _____. 1998. *Women Business Owners in Mexico: An Emerging Economic Force*. Washington, D.C.: National Foundation for Women Business Owners.

Web Sites

Center for International Private Enterprise, Latin America and The Caribbean (English, some articles in Spanish): www.cipe.org/region/latin/index.html

Centro de Estudios de la Mujer (Español): www.cem.cl

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Español, Inglés): www.eclac.org

Banco Interamericano de Desarrollo (Español, Inglés): www.iadb.org

Inter-American Dialogue (and Women's Leadership Conference of the Americas) (Inglés): www.thedialogue.org

International Center for Research on Women (Inglés): www.icrw.org

Organización Internacional del Trabajo (Español, Francés, Inglés): www.ilo.org

Latin American Network Information Center (LANIC), University of Texas at Austin (Inglés): www.lanic.utexas.edu

Librería del Congreso, Sala Hispánica de la Lectura www.lcweb.loc.gov/rr/hispanic/

National Foundation for Women Business Owners (Inglés): www.nfwbo.org

Organization of Estados Americanos (Inglés, Francés, Portugués, Español): www.oas.org

United Nations Development Fund for Women (Inglés): www.unifem.undp.org

United Nations Women Watch (Inglés): www.un.org/womenwatch

Banco Mundial de la Mujer (Inglés): www.womensworldbanking.org

Banco Mundial (Inglés, Francés, Español): www.worldbank.org

Grupo Banco Mundial, América Latina y El Caribe (Inglés): wbln0018.worldbank.org/external/lac/lac.nsf

Apéndices

A. RESUMEN DE METODOLOGIAS DE ENCUESTAS

Argentina

Para el análisis en Argentina, durante abril y mayo del 2000 se entrevistaron a 300 mujeres y 302 hombres propietarios de empresa. El presente estudio se esforzó por conseguir un número igual de mujeres y hombres propietarios de empresa para fines de comparación, aunque esto no se apegue a la realidad. La empresa MORI Argentina entrevistó por teléfono a 350 de sus encuestados y a 252 de ellos en persona.

La muestra argentina se estratificó con base en tres factores: tamaño de la empresa (cinco o menos, de seis a 25 y 36 o más empleados), región (área metropolitana de Buenos Aires y las ciudades provincianas de Córdoba, Rosario y Mendoza), y el sector de actividad (industria, comercio y servicios).

La muestra para las entrevistas telefónicas se compuso usando las listas comerciales de empresas. La revista principal que se usó fue Guía Señor, que se dedica específicamente al registro de medianas y grandes empresas en Argentina. Otra publicación que se utilizó fue Páginas Amarillas, que registran en el ámbito nacional a aquellas empresas con servicios telefónicos. Se realizaron entrevistas personales con propietarios de empresa argentinos con base en su sector de trabajo. En el sector comercial, las áreas se eligieron al azar y los encuestadores visitaron empresas con base en una estricta cuota, de acuerdo con el número de sus empleados. Para los sectores de industria y servicios se usaron contactos personales, que fueron controlados por el tamaño y el sector de cuotas de actividad para poder evitar la concentración de entrevistas en un solo sector o área de actividad.

Una vez recopilados los datos, la muestra para esta encuesta fue ponderada por tamaño y sector usando el Censo Económico Nacional de 1994. También se ponderó con base en el tamaño de la población en cada región, suponiendo una

relación entre la población y la cantidad de establecimientos de negocios. La distribución final de la muestra por región es de 75% para el Gran Buenos Aires y 25% para las ciudades de provincia.

Ya que la muestra de Argentina incluyó a 300 mujeres y 302 hombres propietarios de empresa, el error de muestreo para $N=300$ es aproximadamente $\pm 5.8\%$ con un grado de confiabilidad de un 95%. Esto significa que 95 veces de cada 100, los resultados caerán dentro de un 5.8% de los valores reales de la población.

Brasil

Una encuesta de mujeres y hombres empresarios en Brasil, la segunda de su tipo, fue realizada por Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) entre el 15 de septiembre y el 15 de octubre del 2000. Se entrevistaron a un total de 1.044 propietarios de empresa, aproximadamente el 50% de los cuales son hombres. La muestra incluyó tanto a microempresas como a pequeñas empresas, que se definieron como sigue: micro, con hasta 9 empleados en industria, hasta 19 empleados en comercio y servicios; y pequeña, con 20 a 99 empleados en industria, 10 a 49 empleados en comercio y servicios.

Se recopilaron datos entre todos los estados del país y entre las compañías registradas en el sistema SEBRAE en el Distrito Federal. Se tomaron cinco muestras independientes de 200 de cada región (formada por estados) y fueron estratificadas proporcionalmente. El número de negocios seleccionados de cada estado en la región fue proporcional al número de empresas en el estado y estaban dentro de los tres principales sectores de actividad (industria, comercio y servicios), tomando como base el censo económico del BID correspondiente a 1985. Los resultados nacionales consisten de promedios ponderados.

El error de muestreo para la muestra de $N=1,044$ es de $\pm 3.2\%$ y el error de muestreo por género de $N=500$ es de $\pm 4.5\%$ con un grado de confiabilidad de un 95%. Así, 95 veces de cada

100, los resultados caerán dentro de un 3.2% y 4.5% de los valores reales de la población.

México

Para el análisis de México, se realizaron 600 entrevistas entre enero y abril de 1998, entre 300 mujeres y 300 hombres propietarios de empresa en el área metropolitana de la Ciudad de México. Los encuestados fueron entrevistados telefónicamente por Gallup de México. Todos los entrevistados eran propietarios de empresas con empleados y tenían un papel activo en la dirección de sus empresas.

Inicialmente, la muestra debía tomar en cuenta el tamaño de la empresa. Una tercera parte de las entrevistas debían llevarse a cabo con propietarios de microempresas (hasta de 10 empleados), y porciones equivalentes entre los propietarios de pequeñas empresas (que tienen entre 11 y 100 empleados) y propietarios de empresas medianas y grandes (más de 100 empleados). Sin embargo, esta meta no se logró debido al número significativo de microempresas en México y la dificultad de entrevistar a los propietarios de corporaciones grandes.

Los datos para la encuesta se recopilaron en dos etapas. En la primera etapa se efectuaron 300 entrevistas de manera aleatoria entre todas las empresas en la Ciudad de México, independientemente del género de los propietarios. Los encuestados se seleccionaron al azar de una lista comercial integrada por aquellas empresas registradas con la Cámara de Comercio de la Ciudad de México (CANACO) y la Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (CANACINTRA). La lista se complementó también con información de otras asociaciones y de varios directorios de líneas telefónicas especializados tales como construcción, industria química, prendas, negocios de tintorería y otros, para poder representar a aquellos que podrían no estar

registrados en la CANACO o la CANACINTRA. Esta primera etapa de la recopilación de datos resultó en 42 entrevistas con mujeres empresarias (14% de la muestra) y 260 entrevistas con hombres empresarios.

En la segunda etapa de recopilación de datos, los encuestados fueron escogidos con base en su género, para complementar los datos anteriores y para lograr la meta de obtener 300 entrevistas con mujeres y hombres propietarios de empresa. De esta manera se entrevistaron 258 mujeres y 40 hombres. Los nombres de las mujeres se obtuvieron buscando posibles nombres femeninos en las listas de CANACO, CANACINTRA y otras organizaciones. Se consultaron otras listas comerciales y fueron complementadas por los nombres de mujeres en varias asociaciones de mujeres empresarias y las listas de aquellas que asistieron a eventos específicos para mujeres empresarias.

Así, la muestra correspondiente a México incluyó a 300 mujeres y 300 hombres propietarios de empresa. El error del muestreo en una muestra de $N=300$ es de aproximadamente un $\pm 5.8\%$ con un grado de confiabilidad de un 95%. Lo anterior significa que 95 veces de cada 100 los resultados caerán dentro del un 5.8% de los valores reales de la población.

Ya que aquellos propietarios de empresas que fueron entrevistados en las encuestas de Argentina y México provinieron de listas comerciales, es posible que las grandes empresas hayan estado sobrerrepresentadas y no fueran indicativas de los climas de negocios en Argentina y México. Se hizo un intento de corregir el tamaño ponderando los datos en el caso de Argentina, pero no hubo ponderación para los datos de México. Como resultado, existe una gran diferencia en el tamaño de las empresas en Argentina en comparación con el tamaño de las empresas en México.

B. Tablas estadísticas

Tabla 1: Resumen de la actividad económica de la mujer en América Latina y el Caribe

País	Índice de actividad económica en Mujeres adultas	Proporción de mujeres entre*			PIB per cápita		Crecimiento anual del PIB**		
		Empleadas Aministrativas /Gerenciales	Empleadoras/ Personas que trabajan por cuenta propia+		1995 (a la tasa "rf" del FMI)**	1997 (a la tasa "rf" del FMI)**	1991-97	1995	1997
Antigua y Barbuda					7,478.9	8,672.2	2.4		
Antillas Holandesas	52	48	21						
Argentina	41				7,423.3	8,213.9	5.6	-2.9	8.1
Bahamas	67	26	37						
Barbados	62	38	31		7,061.4	8,009.0	0.7		
Belice	34	37			2,754.0	2,747.6	4.3		
Bolivia	56	24	49		905.8	1,024.9	4.1	4.7	4.1
Brasil	51	37	29		4,410.3	4,885.2	3.0	4.2	3.8
Chile	35	19	25		4,589.3	5,182.4	8.0	9.1	7.0
Colombia	52	35	33		2,400.0		4.1	5.2	2.7
Costa Rica	36	27	24		2,536.8	2,594.3	3.5	2.2	3.5
Cuba	47	18	7				-3.7		
Dominica	43	36	30		3,155.2	3,445.4	2.4		
Ecuador	49	26	22		1,565.4	1,656.1	3.5	3.0	3.9
El Salvador	41	25	45		1,675.0	1,896.3	5.3	6.2	4.2
Grenada	57	32			303.2	3,334.2	1.8		
Guatemala	32	32	37		1,469.1	1,690.8	4.1	5.0	4.3
Guayana	40	13			748.9	877.7	7.8		
Haití	57	33	38		306.2	391.6	-2.4		
Honduras	41	39			700.5	789.6	3.7	3.7	5.0
Jamaica	69				2,118.7	2,670.7	0.3		
México	39	20	14		3,139.7	4,252.1	2.9	-6.2	6.5
Nicaragua	44				426.4	432.4	2.7	4.5	5.5
Panamá	43	27	15		3,005.0	3,180.4	4.8	1.9	4.8
Paraguay	35	14	42		1,830.3	1,877.5	2.7	4.5	2.4
Perú	55	23	42		2,503.5	2,655.2	5.5	8.6	8.6
República Dominicana	38	28	20		1,525.6	1,861.9	4.7	4.5	7.1
San Kitts y Nevis		14			5,625.1	6,705.3	3.7		
San Vicente y Granadinas	44	42	27		2,356.5	2,576.8	2.5		
Santa Lucía	49	19			3,862.8	3,902.2			
Surinam	33	10	29		1,265.7	2,186.5	1.0		
Trinidad y Tobago	47	42	27		4,218.6	4,525.2	2.4		
Uruguay	47	28	35		5,607.4	6,115.0	4.1	-2.0	5.0
Venezuela	41	24	23		3,542.7	3,882.6	3.3	5.9	6.6

*Fuente: División de Estadísticas de la Secretaría de la Organización de las Naciones Unidas y la Oficina Internacional del Trabajo.

** Fuente: ECLAC.

1995/1997, excepto: Dominica, 1989; Grenada, 1988; Santa Lucía, San Vicente/Granadinas, 1991. & 1995/97, excepto: Brasil, Cuba, República Dominicana, Guayana, San Kitts y Nevis, Santa Lucía, San Vicente y Granadinas, todas entre 1980-84. Asimismo, Bolivia, El Salvador, Honduras, Paraguay y Uruguay solamente incluyen las áreas urbanas; solamente 7 ciudades en Colombia; Guatemala solamente incluye a la Ciudad de Guatemala; Perú únicamente a Lima. + 1995, excepto: Barbados, Cuba, República Dominicana entre 1980-84. Asimismo, únicamente áreas urbanas en los casos de Bolivia El Salvador, Paraguay y Uruguay; solamente 7 ciudades en Colombia; Guatemala solamente incluye a la Ciudad de Guatemala; Perú únicamente a Lima.

Tabla 2: Índices de actividad económica para mujeres adultas, 1970- 1990

	1970	1980	1990	% de cambio 1970 - 1990
Regiones desarrolladas				
Europa Oriental	56	56	58	3.6
Europa Occidental	37	42	51	37.8
Otros países desarrollados	40	46	54	35.0
África				
Norte de África	8	12	21	162.5
Subsahara africano	57	54	53	-7.0
América Latina y el Caribe				
América Latina	22	25	34	54.5
Caribe	38	42	49	28.9
Asia y el Pacífico				
Asia Oriental	57	58	56	-1.8
Sudeste Asiático	49	51	54	10.2
Sur de Asia	25	24	44	76.0
Asia Central	55	56	58	5.5
Asia Occidental	22	26	30	36.4
Oceanía	47	46	48	2.1

Los números son la porción de mujeres de 15 años de edad o mayores que son económicamente activas.

Fuente: Naciones Unidas (1995). *Las Mujeres del Mundo 1995*. Datos de la O.N.U. y de la Organización Internacional del Trabajo.

Tabla 3: Porción de mujeres empleadoras/que trabajan por cuenta propia, 1970 -1990

Región	1970	1980	1990	% de cambio 1970 - 1990
África	35	50	50	42.9
Asia y el Pacífico	16	9	22	37.5
Europa Oriental	67	47	56	-16.4
América Latina y el Caribe	22	33	48	118.2
Europa Occidental y otras	22	37	38	72.7
El mundo	26	39	40	53.8

Los números son la porción de empleadores/personas que trabajan por su cuenta, que son mujeres.

Fuente: Organización de las Naciones Unidas (1995). Tomados de Jalbert, S. (2000). *Las mujeres empresarias en la economía global*. p. 34.

