

# **Comercio Justo y Promoción del Emprendimiento de las Mujeres**

---

Dana Peebles  
Kartini International

# ¿Cuál es la diferencia?

- La mayor parte de políticas y programas de emprendimiento son diseñadas para transversalizar el comercio y la forma en que los hombres hacen negocios
- En APEC, el 35% de las PYME pertenece a mujeres
- Las mujeres empresarias enfrentan los mismos desafíos que los empresarios varones, pero a menudo los enfrentan en un mayor grado, además de tener retos adicionales vinculados al género.
- Las mujeres también suelen establecer y hacer crecer sus negocios de manera diferente que los hombres

# Retos del Empresariado Femenino

## Acceso al Crédito

- Las mujeres generalmente perciben cerca de 1/3 menos que los hombres y por ello, tienen menos activos que pueden utilizar de garantía
- En algunas economías, las mujeres no pueden obtener crédito sin la firma de su marido o enfrentan otro tipo de restricciones al solicitar préstamos
- A menudo las mujeres tienen menores niveles de educación financiera que los hombres y frecuentemente no son conscientes de los productos financieros que ellas pueden disponer

# Acceso al Crédito

Ejemplo:

- En el 2002, el estudio privado hecho por Deloitte & Touche encontró que mientras las mujeres empresarias poseían el 35% de todas las empresas canadienses, ellas recibían menos del 5% de toda la inversión de capital de riesgo.
- El estudio encontró que esto obedecía principalmente a:
  - Falta de conocimiento/comprensión del mercado de capital privado
  - Creencia de que su tipo de negocio no reunía los requisitos para el capital privado
  - La falta de redes / relaciones para ayudarles a tener acceso a los mercados de capital.

# Acceso a Mercados e Información

- Las redes de mujeres tienden a ser más informales que las de los hombres y pueden ser más limitadas en su alcance, y las redes tradicionales pueden ser muy caras o exclusivas, por ejemplo, a través de clubes de golf, redes de servicios comunitarios, etc.
- En el comercio internacional, algunas economías en las que las mujeres no pueden realizar investigaciones de mercado, si no va acompañada de un familiar varón o un colega, las mujeres empresarias no se toman tan en serio como los hombres.
- La investigación de mercado efectiva también requiere a menudo de viajes y muchas mujeres tienen que hacer malabares con las responsabilidades familiares y el desarrollo de negocios.

# Acceso a la Capacitación

- Las mujeres empresarias están dispuestas a recibir capacitación pero pueden tener menores fondos que los varones para pagar por ella.
- Las mujeres empresarias no pueden afrontar alejarse de sus negocios por periodos largos de tiempo por lo que las capacitaciones deben ser cortas y cerca a sus casas.
- Las mujeres empresarias, especialmente en los inicios, tienden a preferir aprender de otras mujeres empresarias

# Acceso a la Tecnología:

- Los estudios muestran que los hombres jóvenes, urbanos usan más el internet y otras nuevas tecnologías
- Las mujeres empresarias tienen menos tiempo y dinero para usar las nuevas tecnologías
- Sin embargo, TI es una herramienta poderosa para construir un negocio, por ello incrementar el acceso de la mujer a las tecnologías de comercio electrónico necesita ser una prioridad

# Acceso al Tiempo

- Las mujeres empresarias a menudo tienen menos tiempo disponible que los empresarios varones debido a sus responsabilidades familiares
- Un estudio en Chile sobre las microempresas de mujeres, encontró que muchas mujeres se sacrifican hasta dejar de dormir con el fin de encajar en las exigencias de hacer funcionar una empresa nueva
- Las consecuencias son que los programas del empresariado de mujeres necesitan ser muy sensibles al tiempo y/o buscar formas de reducir las cargas de trabajo de la mujer en el hogar como un medio de apoyar el desarrollo de negocios

## La investigación sobre las características de las empresarias mujeres encontró que ellas:

- Tienen un fuerte compromiso con su comunidad local, particularmente en términos de contratación y empleo.
- Se perciben así mismas como en el centro de su organización empresarial con equipos y grupos de trabajo que emanan de esa posición central, en lugar de operar dentro de una estructura jerárquica con ellas en la parte superior
- Tienen un fuerte compromiso con una visión que abarca tanto su vida privada como la comercial y a menudo empiezan negocios por razones que no son financieras.

# La investigación sobre las características de las mujeres empresarias encontró que ellas:

- Se esfuerzan constantemente en desarrollar negocios sostenibles con crecimiento manejable más que aspirar a un crecimiento inmediato y una sobreproducción
- Tienen un patrón de crecimiento para sus negocios a través de diversas alianzas que con frecuencia permiten la creación de más empresas y más comercio
- Tienen menor crecimiento en las empresas dirigidas por mujeres, medido de manera tradicional por el aumento del número de empleados, pero que también generalmente favorece a un mayor crecimiento sostenible.

# Retos adicionales para las Empresarias Rurales

- A menudo, requieren apoyo como guarderías y acceso al transporte durante su participación en iniciativas de desarrollo económico de la comunidad
- Enfrentan obstáculos culturales que predominan más en las comunidades rurales, como una visión tradicional y algo restringida de los roles de la mujer
- A menudo están limitadas por las barreras geográficas y de reglamentación
- Menos tendencia a usar estrategias de crecimiento comercial, como exportación de sus bienes y servicios, creación de redes estratégicas, alianzas comerciales, y búsqueda de préstamos.

# Implicancias para el Apoyo de Políticas y Programas

- Los programas y políticas de empresariado deben considerar y diferenciar las necesidades, prioridades, retos y características de desarrollo comercial de mujeres y hombres
- Una fuerte necesidad de programas de educación financiera para mujeres empresarias a fin de ayudar a aumentar su acceso al crédito y sus habilidades de planificación financiera
- Las mujeres que han estado fuera de la fuerza de trabajo durante un período prolongado también necesitan ser preparadas para la vida en un entrenamiento que sea parte de sus programas de empresariado para ayudar a construir la confianza en sí mismas y desarrollar habilidades de planificación estratégica.

# Se requiere el apoyo del Gobierno

## Aumentar el Acceso a los Datos Desagregados por Sexo

- ❑ Recolección y análisis de datos desagregados por sexo para informar de las decisiones de nuevos desarrollos de apoyo a programas y políticas para el establecimiento y crecimiento de empresas de mujeres
- ❑ El análisis de datos desagregados por sexo sobre las mujeres en los negocios, a menudo disipa los mitos y estereotipos sobre los sectores donde predominan las mujeres empresarias, y las características y el crecimiento de empresas de propiedad de mujeres
- ❑ También proporciona una valiosa fuente de información para las empresas que desean orientarse hacia el mercado de las mujeres.

# Se requiere apoyo a las Políticas

- ❑ El acceso a los beneficios del empleo estándar, disponibles para los trabajadores asalariados, por ejemplo, licencia de maternidad, licencia por razones humanitarias y de seguro de empleo
- ❑ El apoyo más significativo que la mayoría de los gobiernos puede proporcionar a las empresas de mujeres, es la compra de sus bienes y servicios
- ❑ La coordinación de los programas de gobierno y empresariado y la facilitación de cooperación entre varios organismos, por ejemplo, público, sociedad civil, asociaciones del sector público

# Los Programas de Gobierno necesitan Promover Mujeres Empresarias

- ❑ Establecer centros regionales de desarrollo de negocios en donde se encuentran todos los servicios pertinentes para que puedan acceder a todo lo que necesitan en un solo lugar
- ❑ Utilizar premios para perfilar los logros de las mujeres empresarias de todas las edades
- ❑ Facilitar subvenciones en el registro y viaje para las oportunidades de capacitación



# Programas de Gobierno Exitosos para Promover Mujeres Empresarias

- ❑ Apoyo a eventos y actividades centradas en el desarrollo de la capacidad de ser dueñas de negocios para contribuir con sus economías locales
- ❑ Apoyo a las actividades centradas en las mujeres de negocios, como todas las misiones de comercio integradas por mujeres
- ❑ Prestación tanto de servicios de inicio de empresas y servicios que se centran en las estrategias de crecimiento de las empresas

# Fomentar el Desarrollo de los Mercados de Exportación

- ❑ Las mujeres empresarias a menudo no son tan conscientes de las ventajas de la exportación --la misma falta de redes y modelos de conducta-- como los hombres al compartir la información y la creación de contactos claves para tener éxito en el mercado global
- ❑ Los gobiernos tienen que desarrollar un programa de difusión activo y permanente para comunicar a las mujeres las oportunidades de exportación
- ❑ Las mujeres empresarias necesitan construir relaciones personales y de confianza antes de considerar el trabajo con socios en el extranjero o alianzas estratégicas, las misiones comerciales virtuales pueden facilitar este proceso

# Programas de Tutoría

- Las mujeres empresarias tienden a sentirse muy aisladas y que son las únicas que se enfrentan a los desafíos particulares que encuentran
- Responden bien a los programas de tutoría dirigido por empresarias exitosas de quienes pueden obtener buenos consejos prácticos relacionados con la manera de superar estos desafíos
- Programas que combinan una a una, la atención de tutoría individual con las grandes reuniones de grupo mensuales para creación de redes, suelen ser los más eficaces.

# Enfoques de Comercio Justo

- Basado en la premisa de que la mayoría de los ingresos de las ventas va directamente a los productores y que los productos son producidos a partir de prácticas laborales justas
- La etiqueta de comercio justo puede ser utilizada como herramienta de marketing de la marca y una forma de acceder a nuevos mercados
- Sin embargo, la certificación de comercio justo es costosa y puede conducir a la exclusión de pequeños productores debido a los costos

# Conclusiones

- La mayoría de los modelos de éxito para promover el empresariado de las mujeres abarca temas de igualdad de género que pueden obstaculizar o facilitar el crecimiento empresarial
- Fuerte necesidad de coordinar programas de empresariado de mujeres ofrecidos en una economía, con frecuencia este puede ser el papel del gobierno
- Es necesaria una gama de servicios que den apoyo tanto para la creación de empresas como para el crecimiento empresarial, se debe tomar en cuenta las variaciones regionales y geográficas, y que sean de fácil acceso.