

LAS MUJERES Y LA OPCIÓN EMPRENDEDORA Consideraciones sobre la gestión

Alba Carosio
Universidad Central de Venezuela
ucv.mercadeo@cantv.net

Resumen

En el contexto del siglo XXI, hay una tendencia cada vez mayor hacia el autoempleo y los emprendimientos, aunque quizás por distintos motivos, y seguramente en condiciones totalmente diferentes en los países desarrollados y subdesarrollados. El emprendimiento en algunos casos, es una opción y en otros simplemente una necesidad. Durante el siglo XX, las mujeres nos hemos incorporado al trabajo, y ahora, en el siglo XXI, nos estamos convirtiendo en emprendedoras y empresarias. Este trabajo intentará explorar cómo son las mujeres emprendedoras, cuáles son sus dificultades y oportunidades, y cómo manejan los emprendimientos.

Palabras claves: *Emprendimiento, microempresas, autoempleo, empoderamiento.*

Abstract

In the context of 21st century, there exist a growing tendency to self-employment and undertaking productive initiatives, though obeying to different reasons, and surely under very different conditions when comparing between developed and underdeveloped countries. In some cases, this undertaking means a real option, and in other is born of a simple need. During 20th century, we women incorporated into labour and now in this new century we are becoming businesswomen and enterprisers. This paper intends to explore how enterpriser women really are, which difficulties and chances they face up, and how they address their productive initiatives.

Key words: *Undertaking, Micro-enterprise, Self-employment, Empowerment.*

EL NUEVO CONTEXTO DEL TRABAJO

En el contexto de una economía globalizada, las fuentes de trabajo y las posibilidades de trabajar han cambiado de manera radical. Hoy ya no hay empresa que garantice empleos para toda la vida. Las organizaciones viven inmersas en un proceso de cambio acelerado y agresivo, en el cual permanentemente aparecen no sólo nuevos competidores sino también productos y servicios novedosos que generan una nueva demanda, y hace desaparecer la anterior. Rápidamente nacen y mueren empresas, y los puestos de trabajo permanentes son cada vez más difíciles de crear y mantener.

El empleo, como expresión del trabajo fijo, disminuye en el mundo. En los países centrales hay un mayor crecimiento económico, pero con menor generación de puestos de trabajo. El crecimiento del empleo en Europa no es suficiente para absorber el crecimiento de la población en edad de trabajar y a su vez en Latinoamérica se han perdido miles de empleos fijos durante la década de los 90. El uso de las nuevas tecnologías y los cambios en la organización del trabajo han desembocado en inestabilidad de los empleos. Paralelamente se han creado muchas nuevas empresas de servicios, educación, comercio, finanzas, internet y otras, que están absorbiendo a los desvinculados, bajo otras formas de trabajo y actividades productivas.

El empleo fue una figura creada por la sociedad industrial, gran consumidora de mano de obra, pero la contemporánea sociedad del conocimiento no requiere empleos, el avance tecnológico es el principal predador de mano de obra. Según otras opiniones, la raíz del fenómeno no está en la tecnología sino en la organización empresarial actual, que trabaja sólo con una parte de personal propio, cada vez más reducido, y lleva a cabo sus actividades mediante la tercerización con otras empresas –outsourcing– y con trabajadores independientes. En la economía tradicional un incremento de la producción implicaba necesariamente un incremento en el número de empleos, pero en la nueva economía las empresas se han estado desplazando desde un tipo de negocios que suponen un trabajo intensivo hacia un tipo de negocios que suponen un trabajo menor (Tucker, 1992).

La reducción de costos se ha hecho imperativa. Las empresas se han convertido rápidamente en sectores de capital intensivo, como

resultado de las nuevas tecnologías de tratamiento de información. Han cambiado las relaciones capital-trabajo características del fordismo y los mecanismos de regulación de la actividad laboral, la así llamada flexibilización laboral, ha producido una mutación del empleo.

Las modalidades de los empleos han cambiado. Desde los marcos que implican trabajo intensivo, que acostumbramos a llamar fordistas, se ha estado produciendo un desplazamiento hacia un «postfordismo» aún no muy bien definido. El 60% de la fuerza de trabajo actual está formada por empleados a tiempo parcial, o por cuenta propia, quizá más por necesidad que por elección. La disminución del empleo ha producido el desplazamiento hacia la economía informal, como lugar donde se desarrollan las nuevas formas de trabajo.

En el siglo XXI el no tener empleo ya no significa no tener trabajo (Tucker, 1992). El concepto de trabajo tiene que ver con las nuevas modalidades de actividad económica, que dan lugar a otras formas de puestos de labor, nuevas ocupaciones y diferentes enfoques sobre la actividad económica.

Charles Handy (1991) señalaba que: «*A principios del Siglo XXI, menos de la mitad de la fuerza laboral en el mundo industrial contará con un empleo*», el mundo del trabajo ha venido transformándose; y por lo tanto, la sociedad entera está cambiando. En relación con la búsqueda del crecimiento en la era del capital intelectual, Handy plantea los peligros del capitalismo, «*vamos a un callejón sin salida si pensamos que el crecimiento económico es lo único que importa*». Considera que las tendencias del trabajo en el futuro serán:

- * Mucha más gente que no estará trabajando para una empresa.
- * El tiempo de la vida dedicado al trabajo será más corto para muchas personas.
- * Habrá más negocios inestables.
- * Más solicitudes de especialistas y profesionales en las empresas.
- * Se dará mayor importancia a la economía casera y de la comunidad, a economías informales y sin contabilidad.

- * El sector de la manufactura será más pequeño en términos del número de gente ocupada, pero será más grande en términos de rendimiento.
- * Habrá un número más pequeño de personas que ganarán dinero y una mayor proporción de población dependiente.
- * una mayor demanda de educación.
- * Aparecerán nuevas formas de organización social que complementarán la organización del empleo.

Las predicciones de Handy se están cumpliendo y en el capitalismo del siglo XXI se desarrollan dos fenómenos que se explican uno a otro: hay una continuada y pronunciada reducción del empleo a nivel industrial, y una expansión de la ocupación en el comercio y servicios. El crecimiento relativo de los trabajadores calificados –técnicos; profesionales; burócratas de cuello blanco– junto a la expansión de formas ocupacionales atípicas, de empleos precarios y del aumento de los espacios que ocupa la economía informal y el trabajo en micronegocios, han potenciado las tendencias que llevan a una profundización de la heterogeneidad del mercado laboral.

La economía estructurada continúa su decrecimiento, mientras que la economía no estructurada o informal crece en forma continua. La economía informal puede verse como un depósito que se llena naturalmente cuando hay poca demanda y un suministro creciente de personas. Pero la economía informal comprende diferentes mundos de trabajo, que Handy identifica con tonalidades:

- a) La economía NEGRA: las actividades no declaradas de mercado que llevan a cabo los pequeños negocios y la gente que trabaja por cuenta propia;
- b) La economía MALVA: servicios personales y de los negocios caseros, en los márgenes de la economía formal;
- c) La economía GRIS: el trabajo doméstico y voluntario en el que todos estamos implicados en alguna medida.

Ya nadie ignora la existencia de un sector de la economía llamado informal, al igual que su importancia en términos del número de trabajadores y sus familias, que viven de ese sector en el mundo; y está comenzando a prestarse cada vez mayor atención a las formas alternativas de actividades productivas que allí tienen cabida, que dan respuesta a necesidades sociales: empleos e ingresos por una parte, y el acceso a bienes y servicios por otra. Aunque pudiera parecer sencillo, los trabajadores de la economía informal necesitan habilidades específicas para adaptarse a la ambigüedad y a la incertidumbre de tener trabajo en forma sostenida y segura, a los gastos imprevistos, y a las presiones de la economía formal. Y hay limitaciones: los bienes y los servicios ofrecidos tienen que ser una clase que no requiere de sistemas complejos de contabilidad, ni burocracias o tecnologías. Tienen que ofrecer productos que se puedan producir de manera sencilla y mediante equipos que puedan ser transportados o colocados en pequeños espacios.

En el siglo XXI, el empleo no se genera más en grandes números. La apertura de una fábrica con inversiones millonarias aporta una cantidad mínima de puestos de trabajo y el sector servicios, cuya más intensa expresión es la microempresa, le abre espacio a tres o cinco personas en cada negocio. Se tornan, por tanto, imprescindibles nuevas estrategias de generación de empleos y formas alternativas de inserción, mediante el desarrollo de capacidad de emprendimiento y estrategias de cooperación, que al mismo tiempo que sustituyan aunque sea parcialmente a los puestos perdidos, otorguen cobertura económica a nuevas demandas sociales (vida cotidiana, medio ambiente, gestión del tiempo, ocio, seguridad, etc.)

Paralelamente, en el empleo formal también han aparecido nuevas modalidades de trabajo: tele trabajo, trabajo a domicilio y a tiempo parcial y se multiplican las actividades por cuenta propia, los servicios originales pero unipersonales, cuyo espacio de realización es sustancialmente la casa. Todo esto se traduce en una modificación del espacio privado y del público, que está cambiando profundamente las relaciones en el interior de la familia.

Las nuevas economías del saber estimulan el surgimiento de pequeños negocios, que crecen y se desarrollan alrededor de los negocios formales; así algunos trabajos que las personas hacen por cuenta

propia se convierten con el tiempo, en actividades económicas formales. Este sector está formado por personas que trabajan por cuenta propia, por sociedades y negocios muy pequeños. Es un sector diligente, personalizado, moderadamente cualificado, que hace uso de tecnología de alto nivel, y que no requiere inversiones intensivas. Más que ahorrar trabajo lo que hace es asumir trabajo, pues, aunque la eficacia y la productividad son importantes, la naturaleza personal del trabajo es un límite al sustituir el trabajo por el capital. Los puestos de trabajo que proporcionan no son los tradicionales.

La OIT en su Informe Anual 2004 sobre las Tendencias del Empleo en el Mundo, afirmó que en 2003 no mejoró el empleo en el mundo a pesar de que volvió el crecimiento económico. A nivel mundial se estima un número de más de 185 millones de desempleados, y en América Latina la desocupación abierta es todavía de casi uno por ciento más de lo que era 10 años atrás y mucho mayor entre las mujeres y los jóvenes. Advierte la OIT en el Informe 2004 que el desempleo de las mujeres tiende a agravarse en América Latina pese al aumento moderado del empleo y a la recuperación paulatina de las economías de la región. En la región, la tasa de desempleo de las mujeres ha sido siempre mucho mayor que la de los hombres: en 2003 fue de un 10,1 por ciento, en comparación con un 6,7 por ciento tan sólo en el caso de los hombres. La tasa de desempleo femenino se ha venido manteniendo en 1.4 veces la tasa de desempleo masculina.

LOS EMPRENDIMIENTOS¹ y LAS MUJERES

En este contexto, la generación de nuevas empresas, con diferentes formatos y tamaños, pero enfatizando la mediana, pequeña y microempresa², ha sido vista como un factor que podría dinamizar la transformación productiva, proporcionando nuevas vías y orientaciones para el desarrollo y el crecimiento económico. Ha crecido la convicción de que en las regiones con mayor natalidad de firmas y dinamismo empresarial, el uso de los recursos económicos es más

¹ Emprendimiento es un término que se usa de muchas maneras y tiene diferentes definiciones; pero se refiere a negocios creados por sus propietarios, que son a la vez empleados.

² En general, se considera microempresa aquella que emplea menos de 10 trabajadores, pequeña empresa entre 10 y 50, y entre 50 y 250 son consideradas medianas empresas.

eficiente y el crecimiento de la economía y las condiciones de vida de la población suelen ser superiores a los de las áreas donde la fertilidad empresarial es más débil (Angelelli y Listerri, 2003). Los gobiernos, sobre todo en los países en desarrollo y los organismos internacionales, han depositado sus esperanzas en las pequeñas empresas como generadores de trabajos de calidad. Bajo esta óptica, se han diseñado diferentes programas de promoción de los nuevos emprendimientos dirigidos a diferentes grupos sociales, entre ellos las mujeres.

Distintos enfoques se han intentado para explicar la razón por la cual existe emprendimiento. Están aquellos que se centran en la personalidad de las personas emprendedoras, en la legitimidad social de la actividad empresarial, en la movilidad social, en el proceso de creación de las organizaciones, en lo contextual (mezcla de factores culturales, económicos, sociológicos y psicológicos), en la existencia de redes, en la tasa de beneficios percibidos o en la opción de autoempleo, entre otras.

Lo cierto es que la generación de empresas se relaciona con un conjunto complejo de razones que van desde la necesidad de autorrealización y aprovechamiento de oportunidades de negocios, hasta la situación de necesidad de sobrevivencia, en un entorno que no proporciona empleo. En resumen, podríamos hablar de dos extremos contextuales entre los que se ubica la creación de la nueva empresa: oportunidad y necesidad.

En el extremo de empresas surgidas en relación con el aprovechamiento de oportunidades, destacan las posibilidades que brinda el proceso de innovación tecnológica. En este contexto la opción empresarial se asume como una vía para lograr la valoración de mercado. Desde este punto de vista, la estructura y dinámica de la industria, el marco regulatorio y el ambiente cultural propicio para los emprendimientos resultan factores que favorecen la creación de nuevas empresas. Sin embargo, otros factores más personales tales como motivaciones educación, experiencia laboral, etc., contribuyen a un incremento en los ingresos esperados a través de actividades de imitación o innovación; y los activos personales, edad, estado civil, etc. tienen un impacto en la actitud de los individuos frente al riesgo, y determinan la facilidad para el comienzo del emprendimiento. Adicionalmente, las redes sociales juegan un rol clave, tanto para la identificación de oportu-

nidades como para la movilización de recursos y sostenibilidad de los negocios. (Kantis, Angelelli y Gatto, 2001)

Este enfoque –Schumpeter/Drucker– centrado en el empresario como innovador, conlleva la necesidad de que los emprendimientos tengan la habilidad para explotar la ciencia y la tecnología con el fin de crear provechosamente productos y procesos nuevos y perfeccionados. La innovación se convierte en la responsabilidad principal del empresario, orientada a la búsqueda consciente de nuevas oportunidades que aumenten el potencial económico y social de la empresa. El emprendimiento se fundamenta así, en un conjunto de conocimientos y potencialidades, que obligatoriamente deben estar presentes para producir resultados exitosos. Fuentes de oportunidad que generan innovaciones son las ocurrencias inesperadas, las incongruencias, los procesos necesarios y los cambios industriales y de mercado. Además, existen fuentes de oportunidad en el ambiente externo relacionados con cambios demográficos, cambios de percepción y nuevos conocimientos. Pero la capacidad humana y social es indispensable para su aprovechamiento.

La reestructuración del capitalismo ha transitado desde el industrialismo al informacionalismo, y las empresas han cambiado sus formas de organización, buscando una mayor versatilidad para enfrentar las circunstancias siempre velozmente cambiantes, de la economía global. Y han ido adoptando una forma de producción flexible, con diferentes formas de organización: esquemas multidireccionales, en los que las empresas grandes mantienen relaciones de red con sus proveedores (modelo toyota), franquicias y subcontrataciones. De esta manera se asegura un menor empleo de capital y se distribuye el riesgo.

Es así como muchas nuevas empresas surgen en primera instancia como autoempleo, tanto en situaciones de aprovechamiento de oportunidades como en situaciones de sobrevivencia. En la década de los noventa, muchas de las nuevas empresas surgieron de los outsourcing que realizaron las empresas grandes, que simplemente desprenden de su cuerpo central ciertas actividades, que pasan a realizarse en forma externa, dando lugar así a emprendimientos forzados por las circunstancias.³

³ Este tipo de origen de las empresas es muy frecuente en América Latina, según investigación realizada por Mantis y otros bajo el auspicio del BID. (2002-2003)

El predominio de empresas pequeñas se ha vuelto general y abrumador: las firmas con cinco o menos empleados representan la mitad de la fuerza laboral no agropecuaria en América Latina y las dos terceras partes de la fuerza laboral no agropecuaria en África. En América Latina el sector no estructurado conformado por: trabajadores por cuenta propia, empresas familiares, ocupados en microempresas y servicio doméstico generó 85 de cada 100 empleos en la década del 90, debilitándose la generación de empleos fijos y la expansión del empleo en las grandes empresas, que no logra compensar la pérdida total de ocupaciones (UTAL, 1998).

Por su parte, el Global Entrepreneurship Monitor, en su informe 2003, en el que se exploran 41 países (que comprenden desde Japón hasta Uganda), determinó que las nuevas empresas o emprendimientos generan entre 2% y 15% de los empleos. Asimismo, se observó que la amplísima mayoría de los emprendimientos son microempresas de tipo unipersonal:

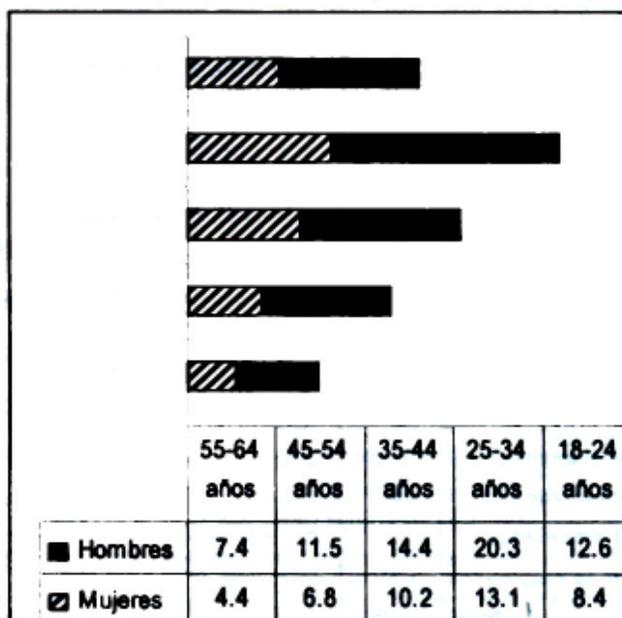
Sin empleados	53.1%	Un propietario	60.5%
1-4 empleados	35.4%	2 propietarios	21.3%
5-9 empleados	5%	3-5 propietarios	15.6%
10-19 empleados	3.1%	6 o más propietarios	2.6%
20 o más empleados	3.3%		
<i>Total</i> 100%		<i>Total</i> 100%	

Fuente: Global Entrepreneurship Monitor 2004

Por su parte los diez países estudiados con mayor proporción de emprendimientos fueron en este orden: Uganda, Venezuela, Tailandia, India, Argentina, Chile, Corea, Nueva Zelanda, Brasil y México. Siendo los países con menor proporción de emprendimientos: Japón, Rusia, Croacia, Hong Kong y Bélgica. A partir de estos hallazgos podría afirmarse que existe más actividad emprendedora en los países más pobres.

Al analizar los emprendimientos por género, se detectó que los hombres participaron 60% más que las mujeres en los nuevos emprendimientos, es decir, que por cada dos mujeres que comenzaron empresas en los cuatro años anteriores a la investigación, se encontraron tres hombres emprendedores. En detalle, los resultados del estudio fueron:

Figura 1
 % (Porcentaje) de Hombres y Mujeres Emprendedoras
 Fuente: Global Entrepreneurship Monitor 2004



Sin embargo, –en el análisis por país– el mismo informe arrojó que diferencias importantes entre los países estudiados, **curiosamente una participación más pareja entre hombres y mujeres en nuevos emprendimientos se da con mayor frecuencia en países menos desarrollados**. La variación oscila entre más de tres hombres emprendedores por cada mujer en Israel hasta prácticamente un hombre emprendedor por cada mujer en Venezuela.

Algunos de los resultados por país fueron:

Cuadro 1
Tasa de Hombres y Mujeres Emprendedoras por país

	Tasa de participación en Emprendimientos		N° de Hombres por Mujer
	Mujeres	Hombres	
ISRAEL	2.88	9.86	3.42
ESLOVENIA	2.26	6.37	2.82
JAPON	1.93	5.06	2.62
PORTUGAL	4.09	10.54	2.58
NORUEGA	5.16	13.14	2.55
RUSIA	2.75	6.84	2.49
COREA	8.75	20.5	2.34
REINO UNIDO	4.16	9.01	2.17
ESPAÑA	4.34	8.79	2.03
ARGENTINA	9.29	17.82	1.92
MEXICO	11.88	21.55	1.81
CANADA	7.27	12.72	1.75
ESTADOS UNIDOS	9.33	16.05	1.72
BRASIL	12.14	18.27	1.50
VENEZUELA	25.66	28.97	1.13

Fuente: G.E.M. 2004

Otro elemento importante que analiza el Global Entrepreneurship Monitor es la motivación que lleva a comenzar una empresa. Si bien existen una variedad de motivos que pueden llevar a la adopción de la opción emprendedora, se distinguen básicamente dos situaciones: a) aquellos que buscan aprovechar una oportunidad única de negocios, es decir, “emprendedores por oportunidad” y b) aquellos que no encuentran un trabajo adecuado a sus capacidades y necesidades y comienzan un negocio para sobrevivir, es decir “emprendedores por necesidad”.

El 93% de los emprendedores puede ser clasificado en un u otro grupo, y un 7% puede ser clasificado como emprendedoras por ambos motivos. Los motivos declarados por los nuevos emprendedores fueron:

	Firmas nuevas	Emprendimientos establecidos
Oportunidad	51.8%	71.9%
Mezcla de oportunidad y necesidad	15.2%	9.3%
Necesidad	33%	18.8%
<i>Total</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>

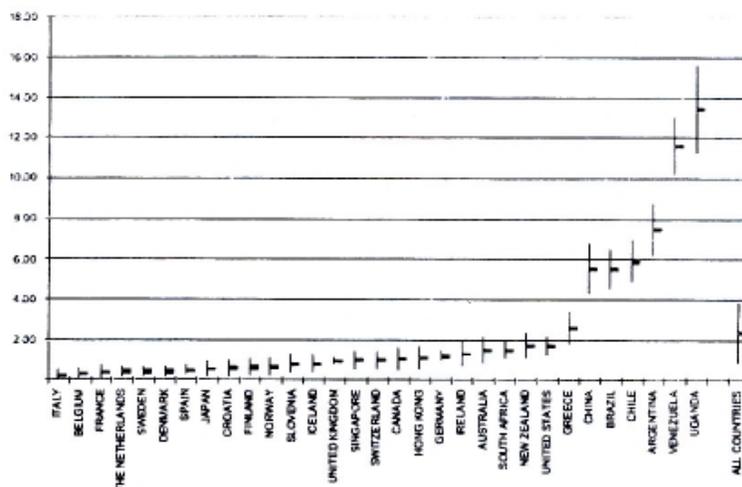
Fuente: Global Entrepreneurship Monitor 2004

Este análisis permite observar la proporción de personas que iniciaron emprendimientos motivados por la necesidad en el año 2002, y comparando los resultados por país, puede verse como en los países en desarrollo aumenta de manera dramática la proporción de “emprendedoras por necesidad”

Relacionando entonces las informaciones de los diferentes análisis del GEM, se puede concluir que existe una mayor proporción de emprendimientos de mujeres, asociado con un origen de necesidad, y esta situación es especialmente frecuente en los países más pobres. Además, otros datos sobre la situación de trabajo de las mujeres confirman éstas hipótesis: por ejemplo, el índice de feminidad ajustado de la pobreza para América Latina (CEPAL, 2003) presentó valores superiores a 100 tanto en las zonas urbanas como rurales, la tasa de desempleo de las mujeres supera en más de un 50% a la de los hombres, especialmente en los estratos más pobres y las oportunidades de empleo para las mujeres son más escasas, debido al impacto de la socialización de roles y el peso del trabajo doméstico. Las mujeres se ven especialmente afectadas por la tendencia al deterioro de la calidad del empleo que viene ocurriendo, reciben una remuneración menor que los hombres por un trabajo de igual valor y estas diferencias se agudizan en los trabajos más calificados.

Figura 2: % de personas que iniciaron empresas por necesidad

Fuente: Global Entrepreneurship Monitor 2004



En muchos países, cualquiera que sea su nivel de desarrollo, el acceso al mercado del trabajo es sistemáticamente más difícil para las mujeres que para los hombres. Con frecuencia se niegan a las mujeres las posibilidades de ejercer un empleo asalariado a causa de sus responsabilidades familiares, de su falta de calificaciones, de barreras sociales y culturales o por falta de puestos de trabajo. En este contexto, el ejercicio de una actividad independiente o la creación de una empresa –por lo general una microempresa– son con frecuencia los únicos medios de que disponen las mujeres para obtener unos ingresos que les permitan garantizar su subsistencia y la de sus hijos.

Por estos motivos muchas mujeres, en estas condiciones, han emprendido algún tipo de actividad económica. Como resultado, en muchos países –en especial en los países en desarrollo y en proceso de transición económica– la mayor parte de los empresarios de las microempresas y del sector no estructurado son mujeres, incluyendo los trabajadores por cuenta propia o auto empleados. La opción emprendedora representa una vía para la subsistencia y sostenibilidad personal y de su familia para una proporción cada vez más amplia de mujeres.

CONTEXTO Y CARACTERISTICAS DE LOS EMPRENDIMIENTOS DE MUJERES

Debido a la variedad de los obstáculos y a los niveles socioeconómicos diferentes, las empresarias no constituyen un grupo homogéneo. Sus motivaciones, intereses y capacidades potenciales pueden ser diferentes, si bien un número cada vez mayor de mujeres ha tenido acceso a la formación y desean utilizar sus competencias y su experiencia no sólo como asalariadas (donde sus posibilidades de ascenso profesional siguen a menudo siendo reducidas y donde tropiezan con grandes dificultades para conciliar sus múltiples funciones), sino también como trabajadoras por cuenta propia y como empresarias. Un número creciente de mujeres emprenden actividades empresariales, aun sin disponer de una formación adecuada, y ello por pura necesidad. Para la mayoría de las mujeres, sobre todo en los países pobres, la opción empresarial no es una opción sino una necesidad.

Las empresas dirigidas por mujeres no pueden ser consideradas aisladamente del entorno económico y sociocultural en que se desenvuelven. Este entorno puede ser propicio o no para el fomento del empresariado femenino. Los valores sociales, tales como la subestimación de la función económica de las mujeres, la existencia de estereotipos en cuanto a las funciones propias de cada sexo, el acceso limitado de las mujeres a ciertos tipos de formación profesional, las políticas o la legislación, son factores que influyen en la creación, supervivencia y desarrollo de las empresas dirigidas por mujeres, o pueden incluso excluir a éstas de importantes segmentos del sector de las microempresas y de las pequeñas empresas (por ejemplo, empresas con un alto potencial de crecimiento, empresas de base tecnológica, ciertos tipos de empresas industriales o agrícolas). Por otro lado, el sector de los servicios está considerado como el sector "femenino" por naturaleza, de allí también que una proporción importantísima de empresas dirigidas por mujeres se establezcan en este sector. La opción empresarial también se caracteriza por un sesgo de género.

OIT en 2001 señaló que las microempresas dirigidas por mujeres, aparte de sus diferencias, presentan generalmente ciertas características comunes:

- Se establecen con las capacidades de que se dispone (por eso, es muy frecuente que se desarrollen en torno a la esfera doméstica, y en base a actividades “tradicionalmente” femeninas) y con un capital exiguo.
- La mayoría de ellas no están registradas y operan en el sector no estructurado de la economía.
- En muchos casos, realizan la producción en el hogar, por lo general en los mismos recintos en que se ejecutan otras actividades domésticas. En ocasiones, las mujeres se instalan en el mercado mientras fabrican sus productos (por ejemplo, artículos de cestería), venden, cocinan y cuidan de sus hijos. Se trata siempre de compatibilizar las obligaciones domésticas con la actividad productiva.
- Dependen en gran medida de los trabajadores de la propia familia (remunerados o no remunerados).
- Suelen concentrarse en los sectores menos rentables, relacionados con actividades de las mujeres. La producción abarca por lo general una gama bastante reducida de bienes de consumo (prendas de vestir, productos tejidos y alimentos procesados) y artesanías.
- Dado que en la mayoría de los casos la actividad económica se lleva a cabo sin abandonar los quehaceres domésticos y, en las zonas rurales, compaginándola con las tareas agrícolas, las mujeres no pueden dedicarle una atención continua. No se aprecia una división nítida entre el hogar y el negocio, ya sea en lo que se refiere a la asignación de tiempo o a los flujos financieros (la reinversión a menudo está sujeta a la previa satisfacción de las necesidades básicas de la familia). Además, la carga total de trabajo para la mujer es considerable, lo cual afecta de manera negativa su productividad.
- La propietaria/administradora ejecuta ella misma todas las funciones. Las funciones de comercialización y de gestión son rudimentarias y están poco diferenciadas.
- La producción se comercializa localmente (como ocurre con frecuencia con los bienes de consumo locales) o está destinada

a los mercados del turismo y la exportación (como sucede por lo general con los artículos de artesanía).

- Dependiendo del entorno sociocultural y de los servicios de transporte, las mujeres pueden comercializar directamente su producción o recurrir a intermediarios: miembros varones de la unidad familiar o comerciantes (incluso prestamistas).
- Según cual sea el entorno sociocultural y jurídico, las mujeres pueden controlar o no completamente los ingresos provenientes de sus actividades económicas. En muchos casos, los miembros varones de la unidad familiar ejercen su control sobre esos ingresos. Por regla general, las mujeres pierden cierto control cuando no pueden comercializar su propia producción. Ahora bien, las mujeres que realizan actividades comerciales es más probable que controlen los ingresos resultantes de sus negocios.

De estas características, se deriva otro aspecto importante de las mujeres empresarias: la visibilidad de sus empresas es a menudo imperceptible, dado que muchas empresarias actúan desde su domicilio; esta manera de operar incluso impide que les lleguen programas para el desarrollo de las capacidades empresariales. A partir de estas circunstancias, resulta necesario desarrollar programas especiales para las mujeres emprendedoras, para lograr la equidad de género, que implica el avance de las mujeres en la participación mediante acciones positivas que contribuyan a reducir las desigualdades entre los géneros.

Julie Weeks (2001) sostiene que el acceso al capital es un aspecto clave para el desarrollo de las empresarias, pero no es por sí mismo suficiente. Las iniciativas de apoyo para los negocios de las mujeres deben incluir asistencia para el fortalecimiento de redes de apoyo, que proporcionen asistencia técnica, entrenamiento y consultoría para el crecimiento.

Amplia mayoría de investigaciones acerca de los emprendimientos de mujeres se han realizado en la Unión Europea. Hay pocas investigaciones sobre este tema en Latinoamérica; sin embargo, se estima que entre 1970 y 1990 la cantidad de mujeres en situación de autoempleo

o microempresa se ha duplicado, y las mujeres están a la cabeza de la actividad emprendedora.

Gloria Bonder (2003) sostiene que:

“En este marco, cada vez son más las mujeres que buscan activamente acceder e instalarse en el mercado de trabajo, tanto formal como informal, como medio para paliar el deterioro de los ingresos familiares, hacer frente a la crianza de sus hijos en los casos de las jefas de hogar simultáneamente, satisfacer intereses y deseos de desarrollo personal y social.”

Esta tendencia iniciada en los 80's se acentuó notablemente durante los 90's. Así, la tasa de participación laboral femenina pasó del 39% en 1990 al 44.7% en 1997. Esto es particularmente evidente entre las más jóvenes, cuyo nivel de participación (pero también de desempleo) figura entre los más altos.

La presencia femenina en el mercado de trabajo aumentó especialmente en los grupos de 25 a 34 años y 35 a 44 años. Este fenómeno muestra un cambio notable respecto del patrón tradicional femenino en el mercado laboral: ingresar siendo jóvenes, retirarse en la etapa de crianza temprana de los hijos y tratar de reingresar pasado ese período, pero en menor número. Hoy en día, cada vez son más las trabajadoras activas y empresarias en edad reproductiva, con niños pequeños a su cargo, muchas de ellas jefas de hogar, que permanecen o al menos intentan permanecer en el ámbito productivo, la mayor parte de su ciclo vital, en trabajos de tiempo completo

Actualmente la creación de microempresas, por parte de mujeres, ha llegado a superar varias veces la tasa de aumento de las microempresas dirigidas por hombres. Las mujeres microempresarias se han convertido en un actor social en la actividad económica con un enorme potencial para la generación de ingresos y empleos, la superación de la pobreza y la distribución más equitativa de la riqueza. Sin embargo, las limitaciones con las que se encuentran siguen siendo muy importantes.

Los emprendimientos de mujeres están obteniendo un reconocimiento creciente en los círculos de políticas públicas, puesto que

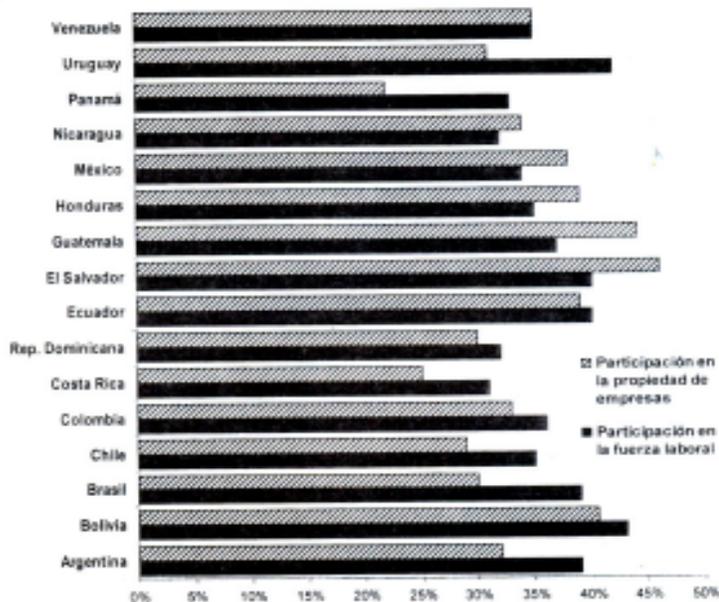
cada vez con mayor claridad se observa su impacto positivo en el crecimiento y la generación de empleo. Además, proporciona oportunidades económicas a las mujeres para mejorar el status social, educacional y de salud, tanto de ellas mismas como de su familia.

La relación de los emprendimientos femeninos, con la pobreza y la flexibilización de los mercados de trabajo, que han conducido al desempleo, se demuestra en las siguientes gráficas. El Banco Interamericano de Desarrollo determinó que en los países más pobres de América Latina la participación de la mujer en la propiedad de empresas es más importante que su participación en la fuerza laboral:

Figura 3: Las mujeres: participación laboral y empresarial

Fuente: BID

Fuente: BID



Además, cuanto más pequeños son los negocios, mayor es la participación de las mujeres:

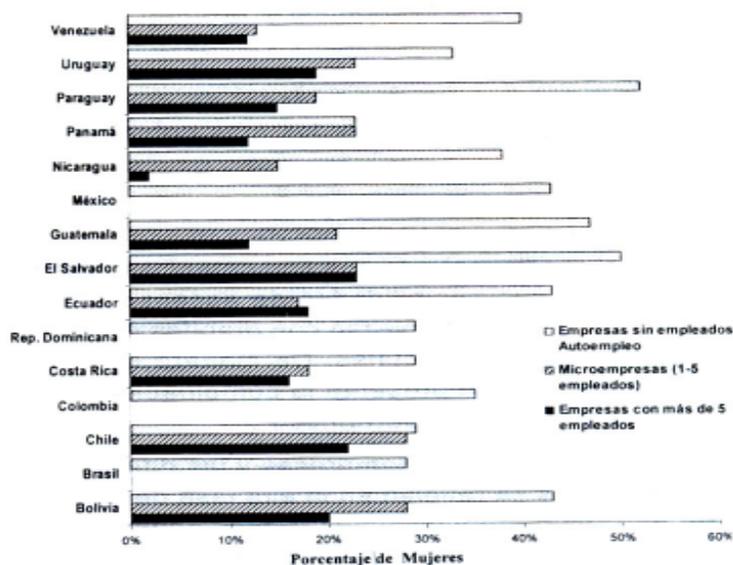
Además, cuanto más pequeños son los negocios, mayor es la participación de las mujeres:

Figura 4: Las mujeres: participación laboral y empresarial

Fuente: BID

Figura 4: Las mujeres: participación laboral y empresarial

Fuente: BID



Según informe de la OIT de 1999, las empresarias latinoamericanas son, en su mayoría, de edad media, superan los 35 años, son madres y muchas de ellas jefas de familia. Sus niveles educativos son medios y altos (el 50% de ellas alcanzan nivel universitario). Tienen a disponer de menos tiempo para sus negocios que los varones, por la necesidad de atender simultáneamente las demandas del ámbito laboral y el cuidado del hogar y los hijos: tienen que repartir su tiempo entre el trabajo empresarial y el trabajo doméstico.

Las mujeres se han dirigido a la opción emprendedora en la última década: sus negocios tienen una antigüedad menor a 10 años, en general, no superan los 5. A pesar de que tienen una estrategia empresarial abierta a las innovaciones, se preocupan más por cambios organizacionales y relaciones laborales. Muy bajo porcentaje de emprendedoras accede al comercio internacional. Los datos de Brasil, Argentina y México indican que sólo entre el 22% y el 32% de las mujeres dueñas de negocios participan en exportaciones e importaciones. (Bonder, 2003)

Durante la última década, la creación de microemprendimientos ha sido una estrategia muy difundida entre las mujeres de Latinoamérica para sobrellevar la crisis económica y afrontar los altos niveles de desempleo propios y de sus compañeros. Muchas de estas iniciativas se ubican en el sector gastronómico, textil, artesano y decoración. En muchos casos consisten en modalidades de autoempleo o de producción familiar, especialmente entre las más pobres o las de sectores medios empobrecidos.

Entre aquellas con mayor capital educativo y económico, existen quienes se inclinan por este tipo de actividades con la intención de maximizar el rendimiento de sus competencias fuera de un empleo asalariado, donde sus posibilidades de ascenso profesional siguen siendo reducidas y donde tropiezan con grandes dificultades para conciliar sus múltiples roles sociales. De manera que podríamos decir que en este segmento se presenta la combinación entre “empreendedoras por necesidad y por oportunidad”.

La debilidad de las microempresas y las dificultades que enfrentan sus empresarias se reflejan en la alta tasa de fracaso. La conciliación entre el trabajo productivo y el trabajo doméstico determina una presión que actúa como factor favorecedor del fracaso microempresarial. Por ejemplo, en la República Dominicana, las mujeres inician el 58% de los negocios creados cada año, pero la tasa de fracasos es igualmente alta, según una encuesta de ADOPEM (Asociación Dominicana para el Desarrollo de la Mujer). Los problemas incluyen desde un débil marco institucional y falta de organizaciones empresariales, hasta acceso deficiente a la información, clima desfavorable para la pequeña empresa y ausencia de servicios para negocios y programas de capacitación.

Además, ser mujer emprendedora también significa sobreponerse a la timidez, bajos niveles de educación, inadecuada atención de salud, y todas las carencias e inequidades a que están expuestas por condiciones de género. La inequidad de género tiene un impacto directo en la mayor tasa de fracasos de los emprendimientos de mujeres.

Los estereotipos tradicionales marcados por las condiciones patriarcales sobre la mujer, definen a las mujeres como seres-para-los-otros, estructuradas por la sexualidad, el trabajo y la subjetividad enajenadas, para dar vida, sentido y cuidado a otros. La dependencia

vital marca la subjetividad y define el carácter corporativo de las mujeres. Ontológicamente esta configuración sustenta lo no completo y la ilimitación de las mujeres como seres cuyo sentido de la vida y cuyos límites personales están más allá, están en los otros.

La investigación internacional conducida por National Foundation for Women Business Owners, demostró que las emprendedoras de todos los países tienen características, intereses y preocupaciones comunes. Las cinco áreas críticas para la consolidación empresarial que las mujeres sienten como determinantes son:

1. Acceso a la información, incluyendo asistencia técnica y tecnológica
2. Acceso al capital
3. Acceso a los mercados, incluyendo las compras gubernamentales
4. Acceso a las redes, incluyendo asociaciones de mujeres emprendedoras y organizaciones de comercio regional
5. Validación y reconocimiento social como empresarias

Estudios realizados en Argentina, Chile y Venezuela muestran que en el terreno de las dificultades, las empresarias coinciden en destacar la falta de experiencia empresarial y de comercialización, la insuficiente formación empresarial específica (administración/marketing), la escasa actualización e información en temas económicos y financieros, barreras en el acceso a fuentes financieras y a redes de comercialización, falta de confianza en sí mismas y otros obstáculos derivados de estereotipos y prejuicios sobre la imagen femenina deseable. Pocas mencionan espontáneamente el tema de la conciliación de su actividad empresarial con el trabajo doméstico como una limitación, probablemente porque está “naturalizado” como una responsabilidad exclusiva o principal de las mujeres.

Un problema central que ya hemos mencionado y al que todavía no se le ha encontrado solución eficaz, al menos en Latinoamérica, tiene que ver con las exigencias que recaen sobre ellas a la hora de responder a su rol reproductivo y productivo, con la consecuente carga de tiempo y trabajo físico y emocional que ello implica. La presión del tiempo para cumplir con los roles doméstico y productivo, impulsan

a las microempresarias a optar por soluciones pragmáticas y de corto plazo en lugar de considerar alternativas que mejorarían su posición y, dentro de este aspecto, se incluye la capacitación propia y de sus equipos en el manejo de nuevas tecnologías.

Cristina Carrasco (2003) señala que la incorporación laboral de las mujeres ha significado introducirse en un mundo definido y construido por y para los hombres. El mundo productivo mercantil funciona de la manera que lo hace porque se apoya en el trabajo familiar no remunerado. El mundo del trabajo productivo es:

“Un mundo para el que se requiere libertad de tiempos y espacios, es decir, exige la presencia de alguien en casa que realice las actividades básicas para la vida. En este sentido, el modelo masculino de participación laboral no es generalizable. Si las mujeres imitaran el modelo masculino ¿quién cuidaría de la vida humana con toda la dedicación que ello implica?”(Carrasco, 2003)

Aunque las mujeres que gestionan empresas han tenido que adaptarse a la realización de ambos roles; en muchos casos la empresa sufre en su sostenibilidad y éxito a raíz de la priorización que realizan de su rol doméstico y sus responsabilidades por el cuidado de la familia.

Valenzuela y Venegas (2001) sostienen que:

“Muchas microempresas operan en una línea difusa entre la economía familiar y la del negocio. Esto ocurre especialmente cuando las necesidades de sobrevivencia o cualquier emergencia familiar llevan a una fuerte dependencia de los ingresos diarios del negocio, situación que atenta contra su desarrollo económico. Esta línea es todavía más difusa en el caso de las microempresarias que se desempeñan en la vivienda, combinando en el mismo espacio la vida laboral y doméstica. Las responsabilidades familiares y tareas domésticas determinan, además, una menor dedicación horaria de las mujeres a las actividades de la microempresa, lo cual incide en la escala del negocio y en su capacidad de acumulación”.

La actividad emprendedora de las mujeres se desarrolla en ambientes hostiles, rodeada por los prejuicios culturales e inequidades sociales que limitan la acción y desarrollo de las diferentes esferas de la vida de las mujeres. En relación con el rol asignado a las muje-

res como guardianas del hogar y el afecto, está profundamente arraigada –incluso en las propias mujeres– la creencia de la incapacidad femenina para los negocios.

Generalmente, las mujeres en actividades productivas despiertan menos confianza respecto de sus capacidades gerenciales, empresariales, técnicas y tecnológicas. Por lo común, han recibido una educación que no las prepara para asumir este tipo de tareas y no se las estimula y apoya para realizar programas o cursos sobre comercio, gerencia, marketing, informática; si bien esta situación está comenzando a cambiar en las nuevas generaciones, alcanza sólo a un número reducido de mujeres con mayores posibilidades económicas.

La gestión de las empresas de mujeres

Se ha comprobado que la actividad microempresarial produce transformaciones sustanciales en el modo de vida de las mujeres. Cuando una mujer comienza una empresa se transforma a sí misma y modifica su entorno, a medida que va desarrollado su proyecto. Independientemente de realizar emprendimientos de distinta escala movidas por las obligaciones o como una mejor opción, la mayor parte de los estudios en este tema demuestran que a lo largo del proceso de gestación y desarrollo de sus negocios, las mujeres van adquiriendo diversas competencias vinculadas no sólo con el aspecto comercial, técnico y gerencial, sino también ganando autonomía, autoridad y ampliando su capacidad de negociación, tanto en plano social como al interior de su familia.

Estudios de campo realizados en Argentina, Venezuela y Chile demuestran que entre los aspectos favorables de su trabajo, la mayoría de las microempresarias destacan su satisfacción por la realización profesional y el logro de autonomía, además de valorar el estímulo de la familia y de su compañero o esposo como factor clave para desarrollarse como empresarias. A través de su labor las mujeres aumentan su autoestima y logran visibilidad y empoderamiento social, debido al mayor control sobre su vida en las esferas social y económica.

“Emprender” es también apoderarse de un espacio, abordarlo, apresararlo, hacerlo propio, en un proceso en el cual no sólo el “objeto” de la empresa, sino también el sujeto emprendedor queda prendido

y prendado de su propia acción. “Emprender” se acompaña generalmente de palabras como “camino”, “vuelo” o “marcha”, todas ellas referentes a movimiento.

En el camino de los emprendimientos, las mujeres presentan cambios importantes; las variaciones son multiformes. Pasan de ser inactivas a buscar trabajo, del servicio doméstico al sector informal, combinan la microempresa con actividades por cuenta propia o conservan algún trabajo asalariado. En general, ellas subrayan que pueden participar en condiciones de mayor autonomía y dignidad con sus familias, sus parejas y las comunidades.

En 1997, REPEM (Red de Educación Popular entre Mujeres) realizó una investigación en 100 emprendimientos liderados por mujeres, localizados en cinco regiones de América Latina (Área Andina, Cono Sur, Brasil, México y Centroamérica). Resultó muy significativa la percepción de las entrevistadas, de edades muy diversas, acerca del mejoramiento de su calidad de vida. El 88% dijo percibir cambios positivos al respecto, tras su involucramiento en las actividades productivas; tan sólo el 2% no advierte haber vivido mejoras en su calidad de vida.

Los cambios en la esfera familiar presentaron un perfil todavía más marcado. Con referencia a la articulación de los roles dentro y fuera del ámbito doméstico, el 71% de las mujeres señala haber logrado una adecuada distribución del tiempo y una valoración creciente de su familia sobre el trabajo que realizan fuera del hogar. La familia va transformándose también, al calor de la actividad emprendedora de las mujeres.

Hablando de los cambios en sus vidas, una microempresaria uruguaya expresa:

“Cuando se nos hace esta pregunta, siempre se refiere a lo económico, pero en realidad, el tema económico es insignificante comparado con el crecimiento personal que hemos tenido, somos otras mujeres. Hemos logrado defender nuestros productos, llegar a la Intendencia de Montevideo, que para nosotras era monstruosa...”.

Una microempresaria venezolana del Estado Sucre afirma:

“Estoy logrando mis expectativas, me siento libre y soy una mujer realizada en la vida, en la medida que he ido trabajando. He logrado metas, el crédito me hizo ser algo importante. Aumentado mi autoestima por los logros obtenidos, me hace sentir bien que puedo contribuir a que otras mujeres también puedan tomar la iniciativa de realizarlo. Siempre he tenido la fijación de salir adelante, mi meta de seguir adelante se demostró que era una meta alcanzable.”

Y una indígena mexicana participante en una cooperativa de mujeres dice:

“Sí, sí muy diferente, yo me sentía más segura, me sentía más valiosa porque estaba yo con la organización (...) como que tenía yo más valor, tenía yo más fuerza, como que más fuerte”.

Sin diferencias regionales, las mujeres mediante los emprendimientos incrementan la posibilidad de configurar sus vidas, profundizando el proceso de autodeterminación por el cual ganan control sobre su propio camino de vida. Este es un proceso de liberación, de ganar poder de decisión sobre su propio destino.

En lo que respecta a los ingresos, a partir de sus actividades y proyectos productivos, éstos no sólo han beneficiado a las familias y a las comunidades, sino también a la condición y posición de las mujeres; se observan efectos positivos respecto a su situación de subordinación, ya que *“el dinero es un instrumento de poder, un medio a través del cual es posible llevar a cabo prácticas de autonomía”*, genera y favorece mecanismos de independencia (Coria:1992:89).

A partir de las transformaciones personales, familiares y económicas que la gestión de los emprendimientos va ocasionando en las mujeres, se produce el “empoderamiento”, que Rowlands define como:

“... un conjunto de procesos psicológicos que cuando se desarrollan, capacitan al individuo o al grupo para actuar e interactuar con su entorno de tal forma que incrementa su acceso al poder y su uso en varias formas (...) Es un conjunto de procesos que pueden ser vistos en las dimensiones individual, colectiva y de relaciones cercanas, centrado alrededor del núcleo de desarrollo de la confianza, la auto-

estima, el sentido de la capacidad individual o grupal para realizar acciones de cambio y la dignidad.” (1997:224,230)

Las mujeres fundan sus empresas para sobrevivir, ellas y sus hijos. De allí la necesidad de mantener su negocio en funcionamiento, a pesar de los problemas y la hostilidad del entorno, enfrentando con herramientas débiles todo tipo de dificultades que el entorno y la inequidad de género les plantean. Vienen al caso algunas opiniones de responsables de Organizaciones de Apoyo a las microempresarias:

- * Mercedes Canalda, Directora de ADOPEM (Rep. Dominicana) sostiene: *“Las mujeres no se pueden dar el lujo de no entregarle ciento por ciento a sus tareas”*
- * Mohammed Yunus, presidente del Grameen Bank. *“Los hombres son impacientes y quieren disfrutar. Las mujeres son más cautelosas con el dinero y nunca gastan en bares”*. En 1983, el Grameen decidió construir una fuerte base de clientela femenina y hoy el 94% de sus 2,4 millones de clientes son mujeres.
- * Holland Millis, director ejecutivo de Atuto (Honduras), dice: *“Las mujeres están acostumbradas a levantarse en la mañana y a hacer cosas para sobrevivir”*.
- * Nora Castañeda, Presidenta del Banco de Desarrollo de la Mujer de Venezuela destaca por su parte, el bajo nivel de morosidad entre las mujeres, a pesar de la crisis económica.

Además de ser buenas pagadoras de créditos, otros aspectos destacables que caracterizan la gestión de los emprendimientos femeninos consisten en que las mujeres empresarias emplean más trabajo femenino, tienden a asociarse con otras mujeres, son proclives a desarrollar productos novedosos, a buscar nichos de mercado, distribuyen más sus ingresos en la familia y tienen mayor tendencia a ahorrar. Las mujeres suelen tener una mayor perseverancia que aumenta las posibilidades de sostenibilidad de las microempresas.

Hay quienes sostienen que existen evidencias de que las mujeres estructuran sus empresas de modo diferente al de los varones, estableciendo organizaciones más horizontales, basadas en la construcción de redes, toma de decisiones por consenso, y prestan más atención a las cuestiones vinculadas a la calidad, imagen y diseño. Mientras que a ellos se les atribuye una mayor capacidad tecnológica

relacionada con la comprensión y manejo de maquinarias y equipos, así como mayor predisposición a la toma de riesgos.

También se afirma que los objetivos centrales de las mujeres al iniciar un negocio no están necesariamente relacionados con la búsqueda de ganancias económicas crecientes, sino que suelen perseguir otras metas como el logro de independencia, flexibilidad para combinar familia y compromisos de trabajo y asegurar la subsistencia de la familia. Se considera que muchas de ellas se interesan más por objetivos sociales que los emprendedores varones, tienen empresas más pequeñas y debido a ello, sus negocios no alcanzan altos niveles de rendimiento en términos de volúmenes e incremento de la facturación, y tienen una menor tasa de supervivencia y crecimiento en comparación con las empresas lideradas por varones.

El trabajo en la microempresa puede definirse como crecimiento personal, desde una nueva óptica de realización personal. En este orden de ideas, Graciela Messina sostiene que

“Esta especificidad implica conectarse no sólo con el trabajo como work –trabajo socialmente necesario y homogeneizante, cuya característica es que sus productos pueden ser usados por otros– sino con la dimensión del trabajo como labour, como ejecución individual en la cual las personas se reconocen y valoran, como obra (lo opuesto a trabajo alienado) y no como una carga o faena, impuesta e inevitable para garantizar la supervivencia.”” El trabajo vivido como obra es también la posibilidad de vivir en el acontecimiento, en la desregulación de la propia historia y en estar abiertos a lo nuevo. Esta posibilidad de reconocerse en el trabajo no es exclusiva de los trabajos “intelectuales” o calificados, sino de cualquier trabajo. Reconocerse en el trabajo, en cualquier trabajo, permite vivirlo como obra y crecer en integridad.” (2002: pag. 15)

Las emprendedoras crean empresas para satisfacer sus necesidades personales; y deben estar convencidas de que la naturaleza del negocio está acorde a sus deseos, actitudes, personalidad, conocimientos y potencialidades. Existe una relación unívoca entre las características psicosociales de las mujeres y el tipo de emprendimientos que asumen. Por ello hay diferentes tipos de microempresas, pero en todos los casos la actividad en sí, va constituyéndose en una opción confi-

guradora de la vida y la individualidad de la mujer. En este orden de ideas destacan conclusiones relevantes del exhaustivo trabajo realizado por Valenzuela y Venegas, 2001:

“Para la fuerza de trabajo sin educación superior completa, y también sin educación media completa, el trabajo independiente (en microempresas unipersonales o multipersonales) reporta mayores ingresos promedio que el empleo asalariado, lo que, entre otros aspectos, explica la valoración positiva que los propios microempresarios tienen de su actividad. Por último, para la mayoría de los microempresarios/as ésta es una opción laboral con permanencia en el tiempo, con jornadas que reflejan una dedicación significativa al trabajo y una identidad laboral que se expresa en las expectativas de permanecer como trabajador independiente. Para las mujeres es, por lo tanto, una vía de integración laboral y social, y parte de un proceso de empoderamiento económico.”.(pag.110)

Con base en la socialización de género, en las labores y responsabilidades del hogar las mujeres aprenden naturalmente a ser administradoras, y ello se refleja en sus capacidades empresariales. De allí que algunos sostienen que todas las “amas de casa” son empresarias en potencia. A partir de la responsabilidad del hogar y el adiestramiento transmitido generacionalmente se deriva la capacidad organizativa de las mujeres, a partir del pensamiento en varias “bandas”. Las mujeres tienen una capacidad casi natural de estar pendiente de varios asuntos a la vez. De manera que podría afirmarse que las mujeres están “culturalmente equipadas” para varios aspectos de la actividad de gestión empresarial.

Las empresas de mujeres tienen una racionalidad económica específica, que no se centra en muchos casos en el crecimiento. En algunos estudios (Valenzuela y Venegas, 2001) se ha encontrado que las empresas de tipo unipersonal o autoempleo tienen una rentabilidad mayor a las microempresas con empleados, de manera que el tamaño pequeño de la empresa está en relación con mantener las operaciones en una dimensión limitada y bajo control. A partir de estratos educacionales y diferentes combinaciones de redes y capital social, se generan negocios de distinta escala. Aunque no debe considerarse que el tamaño esté necesariamente relacionado con la rentabilidad.

El nivel educativo de las microempresarias se relaciona de manera positiva con el éxito empresarial, entendido como sostenibilidad y rentabilidad. Mejores niveles de educación facilitan mayores logros económicos, pero no son una condición necesaria para ello. En este aspecto es importante resaltar otro hallazgo de la investigación de Valenzuela y Venegas: *“Expresado en términos estadísticos, la educación no es una variable significativa para explicar los ingresos brutos de las microempresarias, como sí ocurre con los hombres”*. Esta situación podría explicarse por la necesidad de poseer conocimientos específicos que permitan el desenvolvimiento empresarial, que no son proporcionados por la educación formal.

Un aspecto cualitativo importante que explica esa baja relación entre educación y éxito en las mujeres microempresarias, consiste en que obviamente reproduce la relación general del mercado de trabajo de las mujeres, en el cual la mayor educación no se refleja en niveles parejos de remuneración. Se plantea el reto de enfatizar en la educación de las mujeres la temática del empoderamiento económico y las competencias y habilidades administrativas y de gestión de negocios, abriendo posibilidades y potenciando las opciones emprendedoras.

Aunque para muchas microempresarias el proyecto laboral no incluye la expansión de sus actividades ni el crecimiento de su negocio, tienen metas muy claras en cuanto a los ingresos que persiguen, ya que la empresa ocupa un lugar importante en la sobrevivencia de sus familias. Esta “situación de necesidad” determina su insistente permanencia en el tiempo y su viabilidad económica.

Aspecto importante de la gestión de las microempresarias y empresarias es el manejo del tiempo, en el que necesariamente –obligadas por la socialización o por la necesidad– deben combinarse las actividades del hogar con las actividades del negocio. En muchos casos, esta limitación determina el tipo de negocio que las mujeres escogen: por ejemplo, el sector comercio resulta ampliamente preferido por los emprendimientos femeninos, porque aunque demanda una dedicación horaria importante, la atención de los clientes tiende a concentrarse principalmente en sólo algunas horas del día. Esto facilita a las mujeres la administración de su hogar y su negocio, y puede recurrir al apoyo de sus hijos y otros familiares para atenderlo.

Sin embargo, una de las limitaciones más fuertes para la actividad empresarial de las mujeres son sus responsabilidades hogareñas. La cantidad de horas a dedicar y la concentración y esfuerzos necesarios para llevar un negocio adelante, hacen que la mujer microempresaria tenga larguísimas jornadas de trabajo, en los que en muchos casos compensa con tiempo y dedicación, no solamente la baja inversión de capital, sino la imposibilidad de contratación de mano de obra. En general, puede afirmarse que largas jornadas de trabajo son un requisito para la sostenibilidad de la empresa. Todas las microempresarias coinciden en eso, al hablar de sus esfuerzos para conciliar la vida familiar con las demandas de la empresa propia.

Toda la evidencia de diferentes estudios y en diferentes países indica que el desarrollo de una actividad económica independiente, es para las mujeres más difícil que su desempeño como asalariada. Largas jornadas de trabajo y dificultades de acceso a los mercados más rentables son las principales limitantes de la actividad empresarial para las mujeres; ambas dependen de los factores de género.

Autodisciplina y organización son indispensables para desarrollar una actividad sin jefes. Quien desarrolla una actividad autónoma se encuentra con la tarea de hacerse cargo de todas las facetas que forman parte de la actividad elegida. Marca sus propios horarios de trabajo, lugar y forma de llevar a cabo las tareas diarias, arma su agenda y organiza en forma constante y sin descanso todos y cada uno de los aspectos que hacen a su negocio. Por esto debe aprender a desarrollar rutinas y métodos que ayuden a simplificar y a ahorrar esfuerzos.

Pero ocurre que las mujeres en situación de mayor vulnerabilidad y pobreza sometidas a condiciones de vida más inestables, son también más susceptibles a tener contingencias personales o familiares, que impiden el funcionamiento de sus negocios, y por lo tanto su sostenibilidad. Se establece así el círculo vicioso de las limitaciones basadas en el género.

Es necesario el consenso y apoyo por parte de familiares cercanos, ya que ellos se verán afectados o estarán involucrados de alguna manera en el sostenimiento de la actividad productiva. Un microemprendimiento comienza generalmente en forma artesanal y personal. Utiliza recursos existentes en la familia, que suele jugar un papel fundamental. Es muy habitual que algo nuevo comience desde la casa o

que requiera de asistencia o colaboración de otros cercanos (hijos, cónyuge, amigos, etc.). Si las mujeres no cuentan con comprensión y ayuda, se hará mucho más difícil el camino.

En consecuencia, la disposición a hacerse dueña de su trabajo hace indispensable la percepción de que se cuenta con el apoyo familiar, (cualquiera sea el modo que éste asuma) como una expresión particular de la mirada social. El ejemplo heroico de las que lograron sucesivamente prácticas empresariales exitosas, que sienten que llegaron a ser, que cumplieron sus sueños, que pudieron ser algo en la vida, resulta estimulante para otras emprendedoras y puede ser una importante contribución al despertar del “espíritu emprendedor”. El emprendimiento inspira una ‘alegría’ de vivir y producir que tiene un vasto alcance, reforzado por la disposición de la familia a compartirla.

Una microempresaria potencialmente exitosa será aquella que cuente con capital social (especialmente relaciones y sostén familiar-parental) y mínimo capital material para iniciar su tarea, buscando aumentar el volumen de sus capitales simbólicos. Pero el mayor aislamiento relativo de las mujeres y el menor capital de las redes sociales productivas inciden negativamente en el rendimiento de las empresas. Por ello la asociatividad representa un elemento clave para el fomento del desarrollo de los mercados y el desarrollo empresarial.

Las redes, asociaciones productivas y asociatividad en todas sus formas sirven de impulso a las actividades productivas de las mujeres, en aspectos materiales pero también en aspectos afectivos. El impulso emocional que la asociatividad da a las emprendedoras puede ser el elemento determinante de su sostenibilidad. En diversas investigaciones se consigna que las empresarias tienden a desarrollar un estilo gerencial más colaborativo, establecen relaciones más horizontales que podrían favorecer la asociatividad (OIT, 2001). En investigaciones recientes realizadas en Venezuela, la mayoría de las microempresarias indican la importancia que tiene el impulso que reciben de otras mujeres que están en situaciones similares. *“Cuando alguna de ellas decae, la demás con su compañía le infunden ánimo para continuar con sus actividades.”*

Las redes pueden ser la principal garantía para los estudios y acceso a los mercados y al mismo tiempo, el vehículo más viable para la difusión de herramientas de gestión de negocios y asesoramiento técnico. Actualmente existen muchísimas propuestas y ofertas de capacitación a través de organizaciones gubernamentales o privadas. Incluso en internet se ofrecen servicios en este sentido. Las redes son soporte

y tejido que sirve de base a la sostenibilidad y desarrollo de emprendimientos.

La fijación realista de objetivos claros y alcanzables, mensurables y que se desarrollen en el tiempo a corto, mediano y largo plazo, forma parte de la planificación estratégica que se facilita a través del trabajo en redes. Las redes de emprendimientos conforman un tejido particular, que permite la consolidación y sostenibilidad de las microempresas, con positivas consecuencias sobre el desarrollo productivo y socioeconómico.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Angelelli, Pablo y Listerri, Juan José (2003) El BID y la promoción de la empresariedad: Lecciones aprendidas y recomendaciones para nuevos programas. Washington, BID
- Arribillaga, Inés. (2003) Cooperativismo. En www.emprendedorasenred.com.ar
- Aspiroz, José Ramón; Fossati, Felipe y Mendoza, Yanila (1998) INFORME SOBRE LA SITUACION LABORAL EN AMERICA LATINA. UTAL
- Bonder, Gloria. Construyendo el protagonismo de las mujeres en la sociedad del conocimiento: Estrategias educativas y de formación de redes- Jornada "Avanzando en la Calidad Empresarial: Igualdad & Tecnología". Bilbao, 21 de octubre de 2003.
- Coria, Clara, 1991, El sexo oculto del dinero. Formas de la dependencia femenina, 1a. ed., Editorial Paidós Mexicana, México, D. F., p. 174.
- Covarrubias, Isaías (2003) Emprendedores y Empresarios: un enfoque Institucional. En www.eumed.net
- Drucker, P. The Discipline of Innovation . Harvard Business Review. Noviembre. (1998). pp. 149-157.
- FORO INTERAMERICANO DE LA MICROEMPRESA. Microempresa Américas 2002
- Galvez Perez, Thelma. (2001) Para reclasificar el empleo: lo clásico y lo nuevo. Santiago de Chile: Dirección de Trabajo. Cuaderno de Investigación Nro 14
- GEM 2003 GLOBAL REPORT. Babson College, Babson Park, MA, USA and London Business School, London, UK

- Gerhard Reinecke y Simon White: *Policies for small enterprises - Creating the right environment for good jobs*, OIT, Ginebra, 2004.
- Handy, Charles (1986) *El Futuro del Trabajo Humano*. Barcelona: Editorial Ariel,
- Instituto Nacional de las Mujeres. *El perfil de riesgo de la microempresa de mujeres : una mirada a las mujeres desde su escenario cotidiano / Instituto Nacional de las Mujeres*. - 1 ed. - San José: Instituto Nacional de las Mujeres, 2003 (Colección teórica, n. 3)
- León, Magdalena (comp.) (2003) *Mujeres y trabajo: cambios impostergables*. Porto Alegre, Remte -Clacso - Marcha Mundial de las Mujeres – ALAI
- Mantis, Hugo, Angelelli, Pablo y Gatto Francisco. (2001) *Nuevos emprendimientos y emprendedores: de qué depende su creación y supervivencia? Explorando el caso argentino*. En <http://www.littec.ungs.edu.ar>
- Mantis, Hugo; Ishida , Masahiko y Komori, Masahiko. (2002) *Empresarialidad en economías emergentes: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia*. Banco Interamericano de Desarrollo, Biblioteca Felipe Herrera
- Messina, Graciela (2002) *Modelos de formación en las microempresas: en busca de una tipología*. CINTEFOR: documento electrónico en <http://www.campus-oei.org/oeivirt/bisis.htm>
- 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.
- OIT - «Tendencias Mundiales del Empleo» 2004
- OIT (2001) *Cuestiones de género en el desarrollo de las microempresas*.
- Papi Galvez, Natalia.(2001) 'El sí de las niñas': trabajo, roles y conflicto. Disponible en : <http://www.redcientifica.com/doc/doc200111100003.html>
- Pereyra, Ileana (2002) *Género, educación y economía popular: los emprendimientos productivos liderados por mujeres de sectores populares (la integración intergeneracional)*. Aportes para la agenda. CINTEFOR: documento electrónico en <http://www.campus-oei.org/oeivirt/bisis.htm>
-

- Rowlands, Jo, 1997, "Empoderamiento y mujeres rurales en Honduras: un modelo para el desarrollo", en: Poder y empoderamiento de las mujeres, Magdalena León (comp.), Facultad de Ciencias Humanas, TM Editores, Tercer Mundo, Santa Fe de Bogotá, Colombia, pp. 213-245.
- Salvia, Agustín y otros. (2000) La nueva caída en la modernidad Heterogeneidad y estrategias familiares de vida en sectores populares del Gran Buenos Aires. Buenos Aires, Universidad de Buenos Aires- Instituto Gino Germani: Documentos de Trabajo Nro 19
- Schumpeter, J. A. Teoría del Desarrollo Económico. México: FCE, 1978.
- Sonia Yáñez, Julia Medel, Ximena Díaz (2001) *La relación laboral normal: ¿desarticulación o modificación?* en: El trabajo en Chile: aportes desde la investigación. Propositiones 32. Ediciones SUR. SUR/CEM. Santiago de Chile. 2001.
- Trejos Solórzano, Juan Diego. La microempresaria en Nicaragua: a final de los años noventa.
- Tucker, B. R. (1997): Cómo administrar el futuro. ed. Grijalbo. México.
- Valenzuela, María Elena y Venegas, Sylvia. (2001) Mitos y realidades de la microempresa en Chile: un análisis de género. Santiago de Chile, Centro de Estudios de la Mujer (CEM)
- Weeks, Julie R.(2001) Women's entrepreneurship in Latin America : an exploration of current knowledge. Washington, Inter-American Development Bank