



TOGETHER
for a sustainable future

OCCASION

This publication has been made available to the public on the occasion of the 50th anniversary of the United Nations Industrial Development Organisation.



TOGETHER
for a sustainable future

DISCLAIMER

This document has been produced without formal United Nations editing. The designations employed and the presentation of the material in this document do not imply the expression of any opinion whatsoever on the part of the Secretariat of the United Nations Industrial Development Organization (UNIDO) concerning the legal status of any country, territory, city or area or of its authorities, or concerning the delimitation of its frontiers or boundaries, or its economic system or degree of development. Designations such as “developed”, “industrialized” and “developing” are intended for statistical convenience and do not necessarily express a judgment about the stage reached by a particular country or area in the development process. Mention of firm names or commercial products does not constitute an endorsement by UNIDO.

FAIR USE POLICY

Any part of this publication may be quoted and referenced for educational and research purposes without additional permission from UNIDO. However, those who make use of quoting and referencing this publication are requested to follow the Fair Use Policy of giving due credit to UNIDO.

CONTACT

Please contact publications@unido.org for further information concerning UNIDO publications.

For more information about UNIDO, please visit us at www.unido.org

21972

38p.
tables
diagrams



PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO INDUSTRIAL

NT/COS/95/001

Apoyo en la formulación de un programa nacional para el establecimiento de centros de incubación de empresas con enfoque de género

INFORME DE CONSULTORIA¹

PROGRAMA NACIONAL DE APOYO A LA MUJER EMPRESARIA

Consultant:

Consultor: Erich Meza Valverde

Red. sup. off. Dr. A. Spina

SAN JOSE, COSTA RICA

MARZO 1998

¹ Todas las opiniones vertidas en el documento son de absoluta y total responsabilidad del consultor y no representan necesariamente la posición oficial de la ONUDI.

TABLA DE CONTENIDO

1. LA PROBLEMÁTICA.....	3
1.1. DEL EMPLEO AL TRABAJO	3
1.2. LA CREACION DE EMPRESAS.....	6
1.3. MUNDO EMPRESARIAL Y GENERO.....	10
2. EL PROGRAMA	20
2.1. POBLACION META	20
2.2. OBJETIVO GENERAL	20
2.3. OBJETIVOS ESPECIFICOS	20
2.4. ESTRATEGIA	20
2.5. RESULTADOS ESPERADOS.....	21
2.6. ACTIVIDADES	22
2.7. ESTRUCTURA INSTITUCIONAL	23
3. OBSERVACIONES FINALES	25
ANEXOS.....	27
ANEXO 1 - ORGANIZACIONES NACIONALES DE APOYO A LA MUJER.....	28
ANEXO 2 - CENTRO NACIONAL PARA EL DESARROLLO DE LA MUJER Y LA FAMILIA	31
ANEXO 3 - ORGANIZACIONES INTERNACIONALES DE MUJERES EMPRESARIAS.....	33
ANEXO 4 - LA CULTURA EMPRENDEDORA	35
ANEXO 5 - MUJER Y EXITO.....	36
ANEXO 6 - REUNIONES REALIZADAS.....	38

1. LA PROBLEMATICA

1.1. DEL EMPLEO AL TRABAJO

Como ha ocurrido en muchos otros lugares del mundo, el Estado en Costa Rica se ha visto sujeto a una serie de políticas que en la práctica se han convertido en una reducción de su participación en la economía y en el mercado laboral.

El comportamiento del papel del estado costarricense en relación con la generación de nuevos puestos de trabajo ha variado en forma radical, pues en la década de los setenta y principios de los ochenta comenzó a crecer hasta llegar a generar cerca del 20 % del empleo total y más del 25 % del empleo asalariado.

Hoy día, por el contrario, se observa no sólo una disminución constante en la participación del empleo (ver Cuadro No. 1), sino que también es una disminución en términos absolutos, convirtiéndose en un expulsor de fuerza de trabajo. En el año 1992 tenía 169.371 puestos de trabajo y en 1996 había disminuido a 167.375, mientras que el sector privado tenía en 1992 un total de 869.635 puestos de trabajo y en 1996 había ascendido a 975.397 puestos de trabajo.

CUADRO No. 1**EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN OCUPADA POR AÑO SEGÚN SECTOR INSTITUCIONAL****Valores relativos****Julio 1992-1996**

Sector	1992	1993	1994	1995	1996
Público	16.2	16.1	15.3	14.7	14.6
Privado	83.4	83.7	84.5	85.1	85.2
Internacional	0.4	0.2	0.2	0.2	0.2

Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta de hogares de propósitos múltiples. Módulo de empleo. Julio 1996. Dirección General de Estadísticas y Censos.

CUADRO No. 2**EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN OCUPADA POR AÑO, SEGÚN CATEGORÍA OCUPACIONAL****Valores relativos****Julio de 1992-1996**

Categoría	1992	1993	1994	1995	1996
Patrono	4.8	4.9	6.7	6.1	7.0
Cuenta propia	19.7	19.6	18.0	18.8	18.6
Asalariado Estado	16.2	16.1	15.3	14.7	14.6
Asalariado Privado	51.7	51.9	52.4	52.7	52.5
Serv. Doméstico	4.0	3.9	4.2	3.9	4.1
No remunerados	3.6	3.6	3.4	3.7	3.2

Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta de hogares de propósitos múltiples. Módulo de empleo. Julio 1996. Dirección General de Estadísticas y Censos.

Pero ese aumento porcentual y absoluto en el sector privado no tiene como contrapartida un aumento en el número de asalariados en la empresa privada formal, sino que el aumento más significativo devino de nuevos patronos o sea nuevas empresas (ver Cuadro No. 2). En 1992 habían 538.761 *asalariados* en la empresa privada y en 1996 ascendió a 600.806 con un aumento del 11 %, mientras que la categoría ocupacional de *patrono* pasó de 50.330 en 1992 a 80.615 en 1996, aumentando en un 60 %. Las otras categorías no presentan cambios relevantes a excepción de los *servicios domésticos* que aumentan en un 11 %.

Esto es comprensible por cuanto las grandes empresas también se han visto sujetas a procesos de reingeniería, resizing, outsourcing, etc. con el objetivo de ser más competitivas en el nuevo mundo globalizado, por lo que automatizan procesos, subcontratan servicios y realizan fusiones, todo lo que normalmente da como uno de los efectos la disminución de la planilla de trabajadores asalariados.

Todo lo anterior ha llevado a replantear el concepto de trabajo, pues antes se consideraba que trabajo era igual a empleo, siendo que hoy día la generación de las nuevas oportunidades de trabajo son dadas por la creación de nuevas empresas, o sea en muchos casos, hay que generar nuestra propia oportunidad de trabajo siendo un nuevo empresario.

El concepto de empleo fue producto de la revolución industrial, pues se requerían obreros para las nacientes fábricas y oficinistas para las nacientes burocracias, cambiando la idea de trabajo que se tenía con el artesano o el granjero.

Hoy día, el empleo, esa casilla en el organigrama, con tareas, horario y salario, está siendo reducida al momento que las grandes empresas altamente jerarquizadas se hacen cada vez más horizontales, aplican reingeniería y al final tienen un efecto en la reducción de su planilla mensual.

El mundo del trabajo está cambiando, las condiciones de producción en masa y grandes organizaciones, que desde hace más de cien años han creado empleo, están desapareciendo. La tecnología permite automatizar las líneas de producción, donde antes los obreros llevaban a cabo sus tareas repetitivas. En lugar de largas cadenas de producción donde producir la misma cosa una y otra vez, se está promoviendo la producción a la medida, por ello las grandes empresas se están atomizando en sus diversas actividades y subcontratan con firmas pequeñas muchas de las actividades que antes hacían. Esto sucede no sólo en sus actividades de apoyo sino también en actividades más sustantivas, ya en Estados Unidos se dice que tres de cada diez grandes compañías industriales solicitan a otras empresas por lo menos la mitad de su producción. De igual forma vemos que los servicios públicos se están privatizando y la burocracia gubernamental está disminuyendo.

1.2. LA CREACION DE EMPRESAS

Esta situación de la creación de nuevas empresas como alternativa para generar empleo no es simplemente una situación de países con problemas económicos, sino que en las economías fuertes del mundo, se presenta el mismo fenómeno : en Europa 5.5 millones de pequeñas empresas emplean más de 70 millones de personas (el 70 % de la fuerza laboral); en Japón las pequeñas empresas constituyen el 72 % del empleo industrial (Lalkaka, Bishop 1996) y en Estados Unidos según la dependencia gubernamental Small Business Administration, el 75 % de los nuevos empleos son creados por nuevas pequeñas empresas o por la expansión de pequeñas y medianas empresas.

Estas pequeñas empresas se convierten en un interesante mecanismo de distribución de riqueza, pues normalmente son creadas por la nueva fuerza laboral que se incorpora a las economías de los países. Las pequeñas empresas pueden contribuir en forma importante al aumento de la producción y el empleo, induciendo a la formación de capital local y si tienen

buenos índices de productividad permiten mejorar el nivel de vida

Sin embargo, lo que ha ocurrido en nuestros países latinoamericanos es un crecimiento del sector informal de la economía, compuesto por unidades económicas ubicadas en actividades con una muy baja rentabilidad, lo cual se refleja en las condiciones de vida de la población dependiente de este sector. Normalmente es una actividad surgida del apremio económico para afrontar su situación y satisfacer sus necesidades básicas de subsistencia, enfrentándose, quien inicia la actividad, a una dinámica empresarial que desconoce y para lo que no está preparado en forma adecuada.

El país requiere mejorar su productividad a través de la creación de empresas que estén acordes con los nuevos retos, pues es bien sabido que las nuevas condiciones de globalización y apertura de mercados no representan un buen futuro para empresas con baja productividad. Se requieren empresas generadas en otra lógica, no como una desesperada acción para tener algún ingreso, sino como una opción de escoger ser empresario con todas sus implicaciones y de desarrollar los conocimientos y habilidades necesarias para ello, de generar una buena idea de negocio y lograr convertirla en un éxito empresarial. Es buscar un nicho de mercado, crear una actividad empresarial ubicada en un sector dinámico y que su propia concepción y organización garantice condiciones de competitividad.

Según el Paradigma de la Empresa (Bolton 1994), el proceso de crear y desarrollar nuevas empresas requiere atender varios aspectos: una infraestructura de apoyo que contempla entre otros servicios de información, financiamiento, capacitación y asesoría, así como redes de contacto; y un medio o entorno de operación adecuado que incluye aspectos como mercado, estructura legal y económica y un ambiente cultural promotor (valores y actitudes de la sociedad sobre la empresa y el trabajo). En este sentido Costa Rica presenta una infraestructura débil y un medio poco estimulante, en comparación con países desarrollados. Ambos aspectos pueden ser mejorados a través de diversas acciones. Pero antes de abordar

este punto, es importante ampliar lo referido a las condiciones ambientales apropiadas para estimular, motivar y apoyar el desarrollo de empresas.

Existen cuatro variables que generan la acción empresarial (Shapero, Albert): la **situacional o desencadenamiento** que es la o las situaciones que provocan a la persona a contemplar la posibilidad de iniciar una empresa, tales como pérdida o insatisfacción en un empleo, invitación de un socio, o descubrimiento de una oportunidad; la **psicológica individual o disposición de actuar** que es la acción positiva a la variable anterior y que está relacionada con la percepción y el convencimiento de la persona de que de él depende su futuro y que puede modificar los eventos que le afectan, lo cual está ligado con los valores y la cultura de la sociedad; la **socio psicológica o credibilidad en la acción** que es el convencimiento en su futuro potencial como empresario y que está relacionada con modelos a imitar, personas que han triunfado y sirven de ejemplo; y la **económica o disponibilidad de recursos** que está referida a la habilidad y posibilidades para obtener los recursos que le permitan iniciar el proyecto.

En consecuencia lo primero que es necesario generar para promover la creación de empresas, es la motivación, relacionada con un cambio cultural general y particular, de tal manera que la sociedad valore y apoye a quienes deciden crear empresas; una segunda fase se relaciona con la adquisición y desarrollo de habilidades y destrezas propias de los emprendedores exitosos; como tercera etapa se encuentra la generación de ideas y su evaluación; la cuarta fase es la elaboración de planes de negocio y el inicio de la nueva empresa y finalmente la quinta fase de consolidación y desarrollo de la empresa donde los sistemas de apoyo tienen un papel fundamental.

Las personas emprendedoras exitosas poseen una serie de características relacionadas con valores, actitudes, habilidades y conocimientos. Todos estos aspectos pueden ser fomentados a través de una acción consciente y planeada, como se ha demostrado con programas exitosos en varios países. Estos programas buscan desarrollar primero un ambiente que estimule, para

ello es necesario promover un cambio en Costa Rica sobre aspectos culturales que condicionan la percepción y consecuente acción en el inicio de empresas. Además de lograr un mejor ambiente se deben promover y ejercitar habilidades relacionadas con el liderazgo, planeación, visión, comunicación, persuasión, etc. que garantizan el éxito al potencial empresario. Dentro de estas habilidades es fundamental que aprenda a reconocer, generar, evaluar y aprovechar oportunidades de negocio, que son la base para formular su plan de negocio (si no hay suficientes y buenas ideas no es posible formular un buen plan). Finalmente se debe iniciar la empresa y fortalecerla.

En esta última etapa existen momentos críticos, pues las estadísticas reflejan una alta tasa de mortalidad en las nuevas empresas (cerca de siete de cada diez nuevas empresas desaparecen en los primeros cinco años de fundadas) producto de varias razones, entre ellas: un ambiente hostil, una pobre idea de negocio, un mal planeamiento o estrategia empresarial y una insuficiente infraestructura de apoyo.

En cuanto a la infraestructura de apoyo, existen variados instrumentos y programas, pero en los últimos años se ha destacado el modelo de incubadoras de empresas. Estas incubadoras de empresas procuran sistematizar el proceso de creación exitosa de nuevas empresas brindando una serie de servicios integrales y complementarios, ejecutan un proceso que permite transformar proyectos con potencial en empresas autosuficientes, desarrolladas y competitivas. Existen varias versiones o tipos de incubadoras, entre ellas: el modelo típico que implica la disposición de un local donde se instalan las nuevas empresas y comparten servicios y espacios de uso común. En Costa Rica existe la primera incubadora establecida en centroamérica, la cual es del tipo tradicional y se orienta a empresas de tecnología, se estableció en 1994 y es apoyada por el Instituto Tecnológico de Costa Rica y la Fundación para la Economía Popular. Otro tipo de incubadoras son las llamadas incubadoras virtuales o sin paredes que permite prestar servicios a una mayor cantidad de empresas, sin disfrutar de

las instalaciones físicas, pero que puede tener una mayor cobertura geográfica. La incubadoras pueden ser dirigidas a poblaciones o actividades específicas, tales como refugiados, minorías étnicas, mujeres, o actividades tradicionales, de alta tecnología, etc.

La ONUDI ha desarrollado una interesante experiencia en este campo pues ha asesorado a varios proyectos en todo el mundo y en especial en América Latina, así como también ha ejecutado investigaciones que permiten un mayor conocimiento del funcionamiento e impacto de este modelo, como lo fue la desarrollada por Lalkaka y Bishop en siete países en desarrollo.

1.3. MUNDO EMPRESARIAL Y GENERO

De otro lado, señalamos que la promoción de la competitividad debe de estar relacionada con la búsqueda del desarrollo de un país. Pero la concepción del desarrollo debe ser un desarrollo humano y sostenible, tal y como se expone en en el Informe del Estado de la Nación, preparado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo en Costa Rica; ello implica abordar temas como armonía con la naturaleza, fortalecimiento de la democracia, relaciones primarias, sociales y valores, oportunidades, estabilidad y solvencia económica y equidad e integración.

En este último aspecto observamos que en el tema empresarial se manifiestan elementos de inequidad muy pronunciados. Observamos que la participación de la mujer en las actividades económicas es mayor en el sector informal y menor en el sector formal de la economía, en comparación con los hombres (ver Cuadros No. 3 y 4). Se estima que de la población económicamente activa urbana un 25 % del total de los hombres se ubica en el sector informal a diferencia del 38 % del total de las mujeres.

CUADRO No. 3

ESTIMACION DE LA PARTICIPACION DE LA POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA URBANA POR SEXO SEGUN SECTOR

Porcentajes 1991

SECTOR	Mujeres	Hombres
Sector informal	38.1	25.0
Sector Moderno	61.9	75.0
Total	100.0	100.0

Fuente: Fundación Arias para la paz y el progreso humano. Diagnóstico de la situación de las mujeres microempresarias en el istmo centroamericano, 1993.

CUADRO No. 4

ESTIMACION DE LA POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA DEL SECTOR INFORMAL URBANO POR SEXO SEGUN CATEGORIA OCUPACIONAL

Porcentajes 1991

Categoría Ocupacional	Mujeres	Hombres
Sector Informal Urbano	100.0	100.0
Patronos de empresas con menos de 5 trabaj.	4.0	10.7
Trabajadores Cuenta Propia	41.4	53.0
Asalariados de empresas con menos de 5 trabaj.	49.8	32.2
Empleo doméstico	---	---
Familiar No remunerado	4.9	4.1

Fuente: Fundación Arias para la paz y el progreso humano. Diagnóstico de la situación de las mujeres microempresarias en el istmo centroamericano, 1993.

CUADRO No. 5

POBLACIÓN OCUPADA (CON INGRESO CONOCIDO) POR CATEGORÍA OCUPACIONAL SEGÚN SEXO

(excluye a los trabajadores no remunerados y a los ocupados con ingreso desconocido)

Julio de 1996

	Patronos	Cuenta propia	Asalariados
Hombres	82.28	77.14	68.03

Mujeres	17.72	22.86	31.97
Total	100.00	100.00	100.00

Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta de hogares de propósitos múltiples. Módulo de empleo. Julio 1996. Dirección General de Estadísticas y Censos.

Asimismo mientras que al referirnos a las cifras de la población ocupada según sexo se observa que menos del 70 % de los asalariados son hombres, mientras que representan más del 80 % de los patronos (ver Cuadro No. 5). Y esto tiene una repercusión en los ingresos, pues es esta categoría de patronos, la que tiene un ingreso promedio mayor (ver Cuadro No. 6).

CUADRO No. 6

INGRESO PROMEDIO DE POBLACIÓN OCUPADA (CON INGRESO CONOCIDO) POR CATEGORÍA OCUPACIONAL SEGÚN SEXO (excluye a los trabajadores no remunerados y a los ocupados con ingreso desconocido)

Julio de 1996

	Total	Patronos	Cuenta propia	Asalariados
Hombres	70,247.40	112,135.60	60,572.50	68,807.20
Mujeres	59,162.70	100,565.30	39,810.00	60,739.10
Total	66,992.20	110,084.90	55,825.80	66,228.30

Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta de hogares de propósitos múltiples. Módulo de empleo. Julio 1996. Dirección General de Estadísticas y Censos.

Los programas de apoyo para la empresa se han diseñado bajo el supuesto que las personas de diferente sexo, se encuentran en igualdad de condiciones en nuestra sociedad, cuando lo cierto es que las mujeres enfrentan una serie de obstáculos y desventajas que hace distintas las necesidades y carencias de ellas a diferencia de los hombres.

Las prácticas socio-culturales en las que se forma a las mujeres, orientadas a que se desenvuelvan exclusivamente dentro del ámbito del hogar como esposas y madres, hace que asuman ese papel como único y verdadero, lo que limita el desarrollo personal y reduce las opciones para enfrentarse a la vida diaria incluida la de trabajo. En su proceso de socialización se les enseña a desarrollar actitudes de pasividad y obediencia, que las convierten en dependientes de otras personas. Esta condición de subordinación es un obstáculo para que las mujeres se capaciten, sean propietarias y tengan acceso a los recursos económicos; las confina al papel de únicas responsables del cuidado de los hijos y del hogar, lo que le dificulta aún más su desempeño como empresarias. Las barreras económicas y culturales, les dificultan el ahorro, el acceso a la propiedad y les reducen las oportunidades de inversión.

Trabajan productivamente en algo que ya saben hacer, algo que les ha sido enseñado para que se enfrenten a la vida dentro del hogar, como cocinar, coser, lavar, cuidar niños, y otras actividades que siempre se relacionan con la clara división sexual del trabajo. Según datos de la Fundación Arias, de una muestra tomada de varios programas de atención a la microempresa, en cuanto a las actividades productivas, las mujeres que accedieron a los programas de crédito de estas organizaciones, se concentran en el comercio 42 % (ambulante, pulperías y bazares principalmente), la manufactura tradicional 37 % (costura, tejidos, zapatos, panadería, manualidades, cerámica, repostería) y 13 % a servicios (sodas, venta de comida y salones de belleza). Se puede observar que son actividades tradicionales, normalmente poco dinámicas y competitivas. La mayoría de mujeres se dedica al comercio por cuanto las necesidades de inversión son menores (crédito comercial), no se exige mayores niveles de educación y el tiempo es muy flexible. Lo único que requiere es un pequeño nicho o una red de influencia.

El tiempo es un factor altamente crítico porque ellas realizan múltiples actividades, profesionales o laborales y las responsabilidades domésticas y

el cuidado de sus hijos que se conciben socialmente como responsabilidades exclusivas de las mujeres, en la que en algunos casos los hombres "ayudan".

Las actitudes aprendidas en el proceso de socialización, que se resume en una baja autovaloración de las mujeres, dificulta su trabajo productivo. Dificilmente toman riesgos y son extremadamente conservadoras, pues no deben desafiar el estatus quo y el entorno les presenta más dificultades que oportunidades. Sus decisiones deben ser valoradas normalmente por un hombre. Inclusive si necesitan solicitar un crédito para mejorar la empresa que ellas han creado y consolidado, se espera que su compañero las acompañe para solicitar el crédito.

Por ello es necesario que en la planificación y ejecución de los programas se tome en cuenta el género es decir, las diferencias de socialización entre mujeres y hombres, productoras de disparidades en sus respectivas necesidades.

Según estudios realizados acerca de la razón por la que las mujeres se vinculan o inician una empresa resaltan:

1. Pueden ayudar a la casa con ingresos necesarios para mantener a la familia, aunque pocas veces manifiestan que son indispensables aun cuando el ingreso de ellas sea muchas veces el más importante en el hogar.
2. Necesitan trabajar en algo que les permita controlar lo que pasa en su casa, no depender de un horario, sino hacer un horario en función de las necesidades de los miembros de la familia, nunca de los de la microempresa y mucho menos de ella.
3. Hay una **minoría** que crea la microempresa, no por tener una necesidad económica urgente dentro de su casa, sino más bien porque es una inquietud personal (ella quiere trabajar, pues así se siente bien).

En el caso de los hombres se encontró que las razones por las que se

vinculan a las actividades empresariales son:

1. Necesitan ganar más dinero,
2. Que fuera algo propio donde no se tuviera jefe y
3. Una vocación especial y gusto por el desempeño de la actividad.

En los programas de crédito se han observado que de 92.730 crédito otorgados durante los años 85-92 por programas de apoyo a la microempresa del estudio, sólo un 39 % era para mujeres (Cuadro 7).

CUADRO No. 7

PARTICIPACION EN LOS COMPONENTES DE LOS PROGRAMAS DE APOYO A LA MICROEMPRESA EN CENTROAMÉRICA ENTRE 1985-1992 SEGUN SEXO

Porcentajes

COMPONENTE	Mujeres	Hombres
Crédito	38.9	61.1
Capacitación	41.9	58.1

Fuente: Fundación Arias para la paz y el progreso humano. Diagnóstico de la situación de las mujeres microempresarias en el istmo centroamericano, 1993.

Los proyectos en los que se involucran mujeres son los que menos perspectivas de rentabilidad tienen, en vista de las ocupaciones que se dedican, estas son barreras institucionales no explícitas.

Entre las barreras culturales que los estudios han revelado, figuran la falta de información sobre la existencia de programas, o la escases de tiempo para realizar los trámites, el temor a no ser atendidas, y el temor al endeudamiento que pondría en peligro no sólo la unidad productiva sino también la estabilidad familiar. Los montos de crédito son pequeños, pues los

grandes implican garantías hipotecarias y ellas no poseen propiedades a su nombre o si la poseen no la arriesgan pues es para su familia, todo ello las hace ser conservadoras.

Las destrezas y habilidades que se requiere en un mundo empresarial, son experiencias que reciben los hombres y no las mujeres, la competitividad, el trabajo en equipo, el desarrollo de la propia iniciativa, la capacidad de liderazgo, la seguridad en el manejo de situaciones, la independencia o valerse por sí mismas.

El rol impuesto por nuestras sociedades a las mujeres hace que aquellas que deciden incursionar en el campo empresarial, sientan remordimiento por el tiempo que dedican a la empresa y que significa para ellas ausentarse de las tareas de su rol social histórico de esposas y madres. Por ello procuran no dar más tiempo del "debido" a las actividades empresariales y nada o muy poco a actividades de índole gremial, como lo es la participación en Juntas Directivas de Cámaras Empresariales, esto les impide desarrollar redes de contactos y obtener información estratégica.

Como sucede con otras actividades en nuestras sociedades, se considera que la actividad empresarial es para hombres y por ello se prepara al hombre y no a la mujer para el desarrollo de la misma. Por eso son pocas las mujeres que se ven como empresarias, en esto existe una contradicción, por cuanto algunas realizan actividades empresariales pero no se perciben que son empresarias y ello las inhibe para desarrollar y hacer crecer sus empresas. Lo único que necesitan es generar un ingreso que les permita vivir, la sociedad no apoya el éxito de la mujer empresaria, pues ello implicaría una dedicación importante a su actividad empresarial y por ende un descuido a sus tareas tradicionales como madres y esposas.

El mundo empresarial es un mundo que históricamente ha sido masculino, por ello para lograr una mayor participación de la mujer es necesario remover las barreras culturales, sociales e institucionales que les impide acceder a

ese mundo empresarial. Las experiencias con mujeres empresarias han revelado que muchas veces éstas se sienten en desventaja en el momento de negociar con un empresario, por el sólo hecho de la percepción de los roles de género asignados por la sociedad. Es importante manejar también el sentimiento de culpa que experimentan las empresarias por el tiempo que le dedican a su negocio y que les hace sacrificar a su esposo o hijos en la tareas domésticas. Para modificar esto, es necesario actividades de terapias colectivas, testimonios de empresarias que han logrado solucionar la situación y una distribución más equitativa en la carga doméstica.

Para atacar toda esta problemática se han desarrollado en otros países programas muy exitosos de apoyo al inicio y desarrollo de nuevas empresas jefeadas por mujeres y que promueven el liderazgo femenino en diversos campos, logrando una participación de la mujer en el mundo empresarial en una forma más equitativa. Ejemplo de estas organizaciones lo es la Associação Nacional Das Empresarias de Portugal, que es una organización sin fines de lucro fundada en mayo de 1990, cuyos objetivos es apoyar y fortalecer el desarrollo de la mujeres emprendedora y gerentes, así como estimular el surgimiento de nuevas empresarias; dar capacitación para la creación y desarrollo de empresas, asesoría en temas económicos, legales, fiscales, mercadeo y recursos humanos; brindan información; realizan trabajo conjunto con otras organizaciones, seminarios, conferencias, ferias y la publicación de una revista y boletín con artículos de intereses del mundo de los negocios. Otro ejemplo lo constituye la British Association Of Women Entrepreneurs (Bawe), organización sin fines de lucro fundada para fortalecer el crecimiento y desarrollo de mujeres emprendedoras a través de redes formales, intercambio de información, capacitación, misiones comerciales, ferias de negocios y conferencias internacionales (ver otras organizaciones en el anexo).

En esta problemática ONUDI también ha desarrollado una experiencia interesante. En su oferta de servicios se encuentra la realización de programas que permiten garantizar la incorporación de la mujer cualitativa y

cuantitativamente en el sector de la pequeña empresa, mediante el desarrollo de habilidades y actitudes empresariales. Ha dado servicios de orientación y asesoramiento en materia de políticas que incorporen el enfoque de género a gobiernos e instituciones de apoyo industrial (cámaras, instituciones de capacitación, asociaciones, etc.), junto con servicios de apoyo a empresarias que incluyan el fortalecimiento y la creación de redes y asociaciones de mujeres empresarias. Desarrolla acciones que provoquen el establecimiento de vínculos y redes de instituciones técnicas, ONG y asociaciones de empresarias para fortalecer la capacidad de servicios financieros, de información, capacitación y asesoría. Elabora normas que eliminen los obstáculos que limitan la plena participación en las actividades económicas, planes de acción integrados y coordinados, así como acciones afirmativas.

Según el estudio realizado, en el país existen una serie de programas dirigidos hacia la mujer con diferentes tipos de acciones como lo son: el Centro Mujer y Familia (políticas y cambio cultural), Fundes (capacitación), Banco Popular y de Desarrollo Comunal (crédito), Fundación Mujer, Credimujer, Cámara de Industrias de Costa Rica (asesoría) y varias otras ONG con programas a nivel de mujeres de escasos recursos.

Sin embargo presentan una serie de carencias:

1. no hay una acción integral y coordinada que realmente produzca un impacto significativo
2. no están enfocados a atacar en forma directa y general las barreras culturales, institucionales y sociales que impiden el acceso de la mujer al sector empresarial
3. su enfoque es tradicional y reactivo en lo referente a la creación de empresas, se deben promover crear empresas innovadoras y competitivas

De todo lo anterior, y luego de haber investigado y realizado una serie de entrevistas sobre el tema con responsables de programas dirigidos hacia la

problemática de la mujer, se considera estratégico para el país en su búsqueda de un desarrollo más armónico, el fomento y fortalecimiento de nuevas empresas jefeadas por mujeres a través de un programa que ejecute tres líneas de acción: la primera dirigida a un *cambio de actitud* en las mujeres y la conformación de una *nueva cultura* en la sociedad que permita y apoye la creación de empresas por mujeres; la segunda línea de acción estaría dirigida a *servicios* propios de una *incubadora virtual* en que se promueva la creación de las nuevas empresas y se les brinde servicios que mejoren las probabilidades de éxito (en Estados Unidos el 75 % de las empresas creadas por mujeres permanecen más allá de los tres años a diferencia del 60 % de las creadas por hombres), y la tercera línea tiene como objetivo la retroalimentación para mejorar el planeamiento y ejecución de los programas dirigidos a la mujer empresaria, esto es acciones de *análisis e investigación* sobre la dinámica y los factores que influyen en la participación y el comportamiento de las mujeres en las empresas.

2.

EL PROGRAMA

2.1. POBLACION META

El programa atenderá en forma directa a instituciones públicas, organizaciones privadas de desarrollo, organizaciones empresariales y grupos de mujeres organizadas que desarrollen programas o presten servicios a la mujer empresaria.

En forma indirecta atenderá a las beneficiarias principales y finales del proyecto, quienes son mujeres emprendedoras con deseos de iniciar su propia empresa y mujeres que ya han iniciado su empresa y procuran consolidarla.

2.2. OBJETIVO GENERAL

Promover un desarrollo del país más equitativo a través de la creación de empresas competitivas jefeadas por mujeres.

2.3. OBJETIVOS ESPECIFICOS

Los objetivos específicos del programa serán los siguientes:

1. Contribuir a la eliminación de las barreras culturales, sociales e institucionales que impiden el acceso de la mujer al mundo empresarial
2. Promover, articular y fortalecer una red de servicios de crédito, capacitación y asesoría para la mujer empresaria costarricense.
3. Fomentar la creación de empresas competitivas por parte de mujeres y asistirles en su fortalecimiento y desarrollo.

2.4. ESTRATEGIA

Para lograr el cumplimiento de los objetivos se propone una estrategia que

contemple los siguientes puntos:

1. Desarrollar una campaña educativa que provoque una mejor percepción en la sociedad de la mujer empresaria y estimule a las mujeres a iniciar sus propias empresas.
2. Coordinar con las instituciones públicas y privadas que desarrollan programas dirigidos hacia la mujer para que se formule un plan de acción común que promueva la creación de nuevas empresas por parte de la mujer.
3. Promover el análisis, la reflexión y la educación en la problemática de género con los funcionarios responsables y ejecutores de programas y actividades dirigidas al sector empresarial, especialmente en lo referente a las barreras sociales, culturales e institucionales que afectan el acceso de las mujeres al mundo empresarial.

2.5. RESULTADOS ESPERADOS

Al final de la ejecución del programa se espera haber logrado los siguientes resultados:

1. Haber iniciado un cambio cultural de la sociedad costarricense, especialmente de los funcionarios responsables de programas y servicios para el sector empresarial, que permita y facilite la incorporación de la mujer como empresaria.
2. La creación y consolidación de al menos 7 empresas en cada uno de las zonas definidas en que se ejecutará el programa. Inicialmente, se propone elegir a 3 zonas del país. Posteriormente, según los recursos disponibles para el proyecto, se podría extender las actividades a otras zonas geográficas del país.

3. La constitución de una red de organizaciones ejecutoras de programas hacia la mujer empresaria y una red de organizaciones de mujeres empresarias.
4. La existencia de más y mejores programas de crédito, información, asesoría y capacitación dirigidos a la mujer empresaria y ejecutados por diversas instituciones públicas y privadas.

2.6. ACTIVIDADES

Las principales actividades que plantea este programa serán:

1. Realizar una campaña educativa que permita la incorporación de la mujer a la actividad empresarial como propietaria.
 - a) Diseño de los contenidos.
 - b) Definición de los medios y mecanismos de comunicación.
 - c) Organización y ejecución de la campaña.
1. Establecimiento de una estrategia conjunta que permita abordar la problemática en forma integral
 - a) Convocar a las instituciones que actualmente ejecutan programas dirigidos a la mujer empresaria
 - b) Discusión de las posibles acciones conjuntas a desarrollar.
 - c) Programación de las acciones.
1. Concientización del personal de las instituciones que prestan servicios empresariales sobre las barreras que impiden el acceso de la mujer a esos servicios :
 - a) Identificación y convocatoria de los participantes, incluyendo a representantes de las beneficiarias.
 - b) Organización y ejecución de los talleres.
1. Generación de nuevas empresas:

- a) Actividades motivadoras.
- b) Taller de generación y selección de ideas de negocios.
- c) Presentación de las candidaturas.
- d) Selección de las participantes.
- e) Seminario / taller de elaboración de planes de negocio.
- f) Presentación de los planes de negocios a las instituciones financieras.

1. Servicios de apoyo a la mujer empresaria :

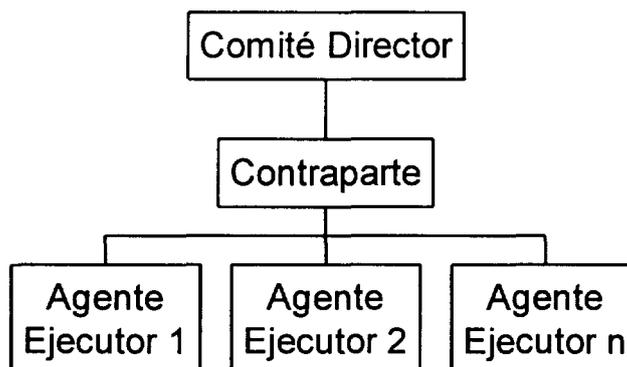
- a) Capacitación gerencial.
- b) Respaldo institucional en los tramites administrativos y otras transacciones.
- c) Diagnóstico de gestión y asesoría empresarial.
- d) Jornadas de automotivación e intercambio de experiencias empresariales femeninas.

1. Publicación de documentos :

- a) Listado de programas de apoyo a la mujer empresaria.
- b) Directorio de empresas jefeadas por mujeres y su oferta de productos.
- c) Boletines periódicos sobre temas de interés en la gestión empresarial tales como consejos de los expertos, información sobre trámites, cápsulas técnicas e historias de mujeres costarricenses que han logrado el éxito en el campo empresarial.

2.7. ESTRUCTURA INSTITUCIONAL

Organigrama



La estructura institucional del programa propuesta se compone de 3 niveles (ver Organigrama):

1. Un Comité Director, el cual tiene poder de decisión a nivel de la estrategia del programa. Dicho comité será constituido por representantes del Gobierno, del sector privado y de organizaciones de apoyo a la mujer.
2. Una Contraparte encargada de la coordinación y administración general del programa y de la fiscalización de las actividades de los Agentes Ejecutores.
3. Varios Agentes Ejecutores, los cuales pueden ser ONGs o instituciones activas en el campo y que tienen la capacidad para ejecutar las actividades del programa bajo la supervisión de la Contraparte.

Es importante realizar las siguientes observaciones de cara a la consecución efectiva del desarrollo de este programa:

- a) El proyecto debe ser desarrollado con una contraparte que tenga perspectiva nacional para poder realizar la coordinación de acciones necesarias y poder tener impacto en todo el país. Por las características y funciones asignadas, así como el rol protagónico que juega en el tema de la mujer, sugiero que esta contraparte lo sea el Centro Nacional Mujer y Familia. Según conversaciones con una de las funcionarias responsables, existiría un interés especial, pues en el campo empresarial no están ejecutando acciones, por lo que existe un vacío. Sin embargo, acotó que tradicionalmente el Centro lo que ha hecho es coordinar acciones y pocas veces ejecutarlas directamente. Esto concuerda con la concepción del proyecto, pues los ejecutores deben ser las demás instituciones que hoy

realizan alguna acción y que tienen alguna experiencia en el campo empresarial, el Centro jugaría el papel de organización paraguas. (Ver en los anexos una mayor descripción del Centro Mujer y Familia).

- b) En las elecciones recién pasadas se hizo un gran énfasis por parte de los dos partidos políticos mayoritarios, en la necesidad de desarrollar programas dirigidos hacia la mujer. Asimismo el programa de Gobierno del Presidente recién electo, contempla un fuerte apoyo a este tipo de acción y se ha reiterado en los medios de comunicación el interés en que uno de los grandes temas de gobierno lo sean los programas hacia la mujer. De igual forma es de gran interés para el nuevo Gobierno, que entra a partir del 8 de mayo de este año, según lo manifestado a través de diversos medios, el tema de la creación de empresas y el apoyo a la pequeña empresa. Todo esto permite visualizar que este tipo de programa tiene grandes posibilidades para ser desarrollado con el apoyo gubernamental.
- c) La Directora de la Cámara de Industrias así como FUNDES mostraron mucho interés en colaborar con una programa de este tipo, estas organizaciones tienen un buen prestigio y pueden jugar un papel estratégico.
- d) El Banco Popular y de Desarrollo Comunal cuenta con recursos crediticios que programa año a año para proyectos productivos con la mujer y los mismos no son colocados en su totalidad por lo que están interesados en colaborar con un proyecto que les permita mejorar su colocación de crédito.

3. OBSERVACIONES FINALES

El objetivo del presente trabajo era formular las bases de un proyecto que permita mejorar la competitividad garantizando la equidad de género.

Cumplida esta fase, se deberán seguir los siguientes pasos:

1. Discusión y observaciones al presente informe de parte de la ONUDI.
2. Presentación del informe aprobado a :
 - a) Organizaciones nacionales vinculadas con el tema.
 - b) Nuevas autoridades del Gobierno entrante (8 de mayo de 1998).
 - c) Agencias de cooperación internacionales.
1. Formalización del compromiso de apoyo de parte de las instituciones interesadas.
2. Formulación y aprobación de un documento de proyecto.

ANEXOS

ANEXO 1 - ORGANIZACIONES NACIONALES DE APOYO A LA MUJER

A continuación daremos detalle de las acciones que desarrollan algunas de estas organizaciones:

Fundación para el Desarrollo Sostenible de la Pequeña y Mediana Empresa (FUNDES)

Es una fundación privada sin fines de lucro, que tiene como objetivo fundamental el desarrollar y fortalecer la pequeña y mediana empresa, contribuyendo al crecimiento económico en compatibilidad con el medio ambiente y la justicia social. Se estableció en 1986 promovida y con aportes de FUNDES de Suiza, la cual es una organización del sector privado, la Agencia Internacional para el Desarrollo (AID) y algunos Bancos privados costarricenses. Ha atendido a más de seis mil pequeños empresarios en su mayoría industriales, prestándoles diversos servicios desde acceso al crédito a capacitación y asesoría. En la actualidad desarrolla un programa de capacitación para la mujer empresaria con el apoyo del Programa de excelencia y superación personal financiado por BID-FOMIN. Este programa contempla los siguientes cursos: Desarrollo gerencial, dirección estratégica, dirección de mercadeo y ventas, dirección financiera y técnicas de negociación. Cada módulo implican cinco sesiones de cuatro horas cada una para un total de veinte horas de capacitación efectiva.

Proyecto de comunicación, género y desarrollo sostenible.

Financiado por la Agencia Sueca para el Desarrollo Internacional (ASDI) y ejecutado por el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), está dirigido a organizaciones que trabajan con mujeres productoras de las zonas rurales, a quienes les dan asesoría y soporte técnico para mejorar su acción.

Unidad de asistencia técnica para la industria (UATI)

Entidad de la Cámara de Industrias de Costa Rica que ha contado con el auspicio del Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo del Canadá y cuyo objetivo es el de aumentar la eficiencia, mejorar la productividad y fomentar la competitividad de la pequeña y mediana industria costarricense. Actualmente desarrolla un programa de capacitación y asesoría con el apoyo del Programa de excelencia y superación personal financiado por BID-FOMIN, donde se procura dar prioridad a los casos de mujeres empresarias.

La Fundación Arias para la paz y el progreso humano

Su objetivo es construir sociedad más justas y pacíficas en la región centroamericana. Se organiza en tres Centros: Centro para la Paz y

Reconciliación, Centro para la Participación Organizada y el Centro para el Progreso Humano. En este último existen dos líneas de trabajo: la participación digna de la mujer en la economía centroamericana y los derechos de las mujeres. La Fundación ha desarrollado varias investigaciones a nivel centroamericano sobre la problemática del acceso de las mujeres de áreas rurales a los recursos productivos y sobre la situación de las mujeres microempresarias.

Asociación Credimujer

Establecida en 1984 con el apoyo del Banco Mundial de la Mujer sus objetivos son: estimular el desarrollo empresarial en la mujer para que pueda asegurarse un posterior autosostenimiento; ofrecer ayuda integral a sus beneficiarias por medio del crédito de bajo interés, la capacitación y la asistencia técnica; así como mejorar la condición social y económica de la mujer a través de su participación en la economía. Otorga financiamiento para actividades productivas a las mujeres principalmente del área metropolitana, cuenta con una cartera aproximada a los 500 créditos activos y una morosidad menor al 5 %. La gran mayoría de sus créditos son para muy pequeñas unidades productivas y en actividades tradicionales, tales como comercio y servicios. Birndan cursos de capacitación y recientemente han iniciado un programa en convenio con la empresa privada PIPASA para nuevas empresas de mujeres en venta de pollo crudo y cocinado, donde la empresa privada es el proveedor y da el soporte técnico, el de mercadeo y ventas, mientras que Credimujer financia los proyectos y les da capacitación empresarial.

Fundación Mujer

Creada en 1988 con el apoyo de la OEF Internaiconal, su objetivo es propiciar e impulsar el desarrollo socioeconómico de la mujer mediante su promoción, organización y capacitación, orientada a su autorrealización como ente productivo y capaz de generar ingresos que le permitan mejorar su condición de vida y la de su familia. Ejecuta dos programas: servicios financieros y el de capacitación y desarrollo. Atienden mujeres en todo el área metropolitana en forma individual y grupal, teniendo a la fecha más de mil clientes, con una cartera de doscientos cincuenta millones de colones y una mora alrededor del 5 %. Realizan una capacitación pre-crédito de tres sesiones con la temática de mercadeo, costos e inventario. Han incorporado actividades de formación en temas como autoestima, liderazgo y organización.

Federación de mujeres profesionales y de negocios de Costa Rica

Cuenta con cien asociadas distribuidas en ocho clubes y desarrollan programas de índole de atención a sectores sociales, tales como ancianos, reclusos, madres adolescentes, mujeres de escasos recursos económicos, indígenas, etc.

Banco Popular y de Desarrollo Comunal

Dispone anualmente en su presupuesto recursos para el otorgamiento de crédito en diferentes líneas de desarrollo o proyectos productivos, para sujetos tales como las cooperativas, los profesionales, las municipalidades, los microempresarios y los artesanos. Las condiciones son relativamente buenas en relación con otras ofertas existentes en el mercado, en donde la tasa de crédito presenta un gran atractivo por ser la más baja de mercado ofrecida por una institución formal de crédito. Una de esas líneas fue creada específicamente para otorgar crédito a la mujer de escasos recursos y jefa de familia que desee desarrollar algún proyecto productivo. Sin embargo las modificaciones a los reglamentos de crédito han venido a homogenizar los requisitos y condiciones de crédito en las diferentes líneas existentes. Resulta interesante que aunque no llevan estadísticas al respecto, tienen el convencimiento que las mujeres son mejores clientes por su responsabilidad ante el crédito en comparación con los hombres, sin embargo no poseen una estrategia particular de atención ni están conscientes de las diferencias de género resultantes de los procesos de socialización. Esto justamente es lo que ha impulsado a homogenizar los reglamentos, sin ampliar los procesos de atención segmentada que debiera de existir en relación a cada tipo de sector a atender. Otro dato de sumo interés es que existen todos los años un remanente en el Presupuesto de recursos sin colocar en estas líneas de crédito, lo que es atribuido en primera instancia a desconocimiento de las líneas de crédito por parte de los potenciales usuarios, pues no presentan solicitudes y en segundo término a falta de buenos proyectos. También es notorio el hecho de que cerca del 80 % de las colocaciones se dan en el área metropolitana a pesar de la existencia de varias sucursales en otras zonas del país. Es una política de la institución actuar en forma conjunta con otras organizaciones para potenciar sus programas de crédito dirigidos a la mujer, en este sentido han realizado algunas acciones conjuntas donde una organización privada de desarrollo da la capacitación y asistencia técnica y ellos el crédito.

ANEXO 2 - CENTRO NACIONAL PARA EL DESARROLLO DE LA MUJER Y LA FAMILIA

Es el organismo gestor, rector y coordinador de las políticas públicas de promoción de las mujeres, creado por ley (11 de noviembre de 1976, modificada el 20 de marzo de 1986), adscrito al Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes, pero con personería y patrimonio propio.

Su objetivo es el de proteger los derechos de la mujer y promover la igualdad entre los géneros; y ha pasado de realizar acciones asistenciales a impulsor de procesos que fortalezcan a las mujeres.

Entre sus atribuciones, de acuerdo a la normativa legal, se encuentran: promover la igualdad entre los géneros, propiciar acciones tendientes a mejorar la situación de las mujeres, investigar los principales obstáculos que impiden la participación plena de las mujeres en la vida social, política y económica y formular planes y programas para lograr la erradicación de esos obstáculos, etc.

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Existe una Junta Directiva conformada por siete representantes de las siguientes instituciones: Ministerio de Salud Pública, Ministerio de Educación Pública, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Ministerio de Justicia y Gracia, Ministerio de Planificación y Política Económica, Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes y Patronato Nacional de la Infancia; la Junta Directiva la preside la Directora Ejecutiva del Centro.

AREAS DE TRABAJO

Capacitación y organización:

Formula y desarrolla programas de educación permanente y de capacitación, en coordinación con organizaciones e instituciones públicas y privadas, dirigidas a fortalecer la organización femenina del país y a asegurar la satisfacción de las necesidades de las mujeres.

Area de Investigación:

Promueve y realiza investigaciones que proporcionan la base informativa y científica que orienta las políticas y acciones dirigidas a las mujeres y a sus familias. Coordina con instituciones públicas y privadas que realizan investigaciones referentes a la mujer y la familia, para impulsar líneas de investigación acordes con las necesidades de información a nivel nacional.

Area legal:

Promueve y desarrolla programas y acciones que facilitan el acceso de las mujeres al conocimiento y ejercicio de sus derechos y fomentan la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.

Area documentación e información:

Recopila información escrita y audiovisual actualizada sobre los temas de la mujer, género y familia, que junto con las publicaciones elaboradas por el Centro, pone a disposición del público. Asimismo crea y divulga información útil para la toma de decisiones, en aspectos tales como indicadores económicos, publicaciones en prensa, organismos que trabajan con las mujeres y familia, programa y proyectos relacionados con estos temas, investigaciones y otros. También es responsable de fortalecer la automatización del sistema de información, incluyendo la creación y administración de bases de datos especializadas.

Area de comunicación:

Formula y ejecuta políticas de comunicación internas y externas, establece mecanismos para divulgar información sobre la mujer y la familia. Desarrolla programas y mensajes que se transmiten en los medios de comunicación social, tendientes a lograr un cambio de actitud en las mujeres y las familias.

PLANES NACIONALES COORDINADOS POR EL CENTRO MUJER Y FAMILIA

- Plan para la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres (PIOMH)
- Plan Nacional para la Atención y Prevención de la Violencia Intrafamiliar (PLANOVI)
- Eje Mujeres del Plan Nacional de Combate a la Pobreza (Eje Mujeres-PNCP)

PROGRAMAS FOCALES DEL CENTRO MUJER Y FAMILIA

- Programa de Coordinación de las Oficinas Ministeriales y Sectoriales de la Mujer (OMMM/OSM)
- Programa de Promoción de la Ciudadanía Activa de las Mujeres (PROCAM)
- Programa de Adolescencia
- Programa de Oficinas Municipales de promoción activa de los derechos de la Mujeres
- Programa Institucional de Cooperación Voluntaria

ANEXO 3 - ORGANIZACIONES INTERNACIONALES DE MUJERES EMPRESARIAS

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DAS EMPRESARIAS - PORTUGAL

Ana Maria RODRIGUES RIBEIRO President
Associação Nacional das Empresarias
Feira Internacional do Porto
P-4450 MATOSINHOS
Tel. : 351 (2) 99 57 312 Fax : 351 (2) 99 57 612

BRITISH ASSOCIATION OF WOMEN ENTREPRENEURS (BAWE)

Arline Woutersz, President
Fax: 0171 224 0582
E-mail: Woutersz@msn.com

FEDERAZIONE ITALIANA DONNE ARTI PROFESSIONI AFFARI

FIDAPA,
Corso Massimo D'Azeglio,
17 - 10126 Torino
Tel./Fax 011/6506803.
E-mail: fidapa@arpnet.it

FEMMES CHEFS D'ENTREPRISES

Christine Chauvet,
Présidente régionale
Femmes Chefs d'Entreprises
9 rue Léo Delibes F-75116 Paris
Fax 45-53-85-01

Unie van Vrouwelijke Ondernemers Nederland (UVON) - Holanda

Joos Schepens
(13) 504 61 03,
(14) fax (013) 504 61 04
E-mail: joos.schepens@wxs.nl

National Foundation of Women Business Owners (NFWBO)

1100 Wayne Avenue Suite 830,
Silver Spring, MD 20910-5603

National Association of Women Business Owners

San Francisco Bay Area Chapter
P.O. Box 151503
San Rafael, CA 94915-1503
415-459-5049

Estados Unidos

American Society of Women Entrepreneurs (ASWE)
American Business Women Association (ABWA)
Small Business Administration's Office Women Business Ownership
Women Business Network

Canadá

Canadian Women's Business Network
Centre for Women in Business -Mount Saint Vincent University
Women Entrepreneurs of Canada (W.E.C.)

Europa

Femmes Chefs d'Entreprises Mondiales (FCEM) - Francia
Verband deutscher Unternehmerinnen (V.d.U.) - Alemania
Federación Española de Mujeres Empresarias, Negocios y Profesiones -
España
Asociación Española de Mujeres Empresarias - España
Associazione Imprenditrici e Donne Dirigenti d'Azienda (AIDDA) - Italia
Impresadonna Incubator - Italia

Otros países

Women Chiefs of Enterprises International (WCEI) - Australia
China Association of Women Entrepreneurs - China
Asociación Mejicana de Mujeres Jefes de Empresa (AMMMJE) - México
Federation of Indian Women Entrepreneurs - India
Indian Council of Women Entrepreneurs (I.C.W.E.) - India
National Association of Women Entrepreneurs of Malaysia (NAWEN) -
Malasia

Internacionales

Banco Mundial de la Mujer
International Federation of Business And Professional Women
Women Entrepreneurs International Exchange Program

ANEXO 4 - LA CULTURA EMPRENDEDORA

La existencia de personas emprendedoras, que sean creativas, honestas, innovadoras, visionarias y con orientación al logro, permite que una sociedad progrese en forma sostenida. Pero para que ello se dé, es necesario la existencia de una cultura emprendedora, un sistema educativo que promueva esta cultura, un entorno que incentiva y apoya, y mecanismos efectivos y adecuados de soporte a las actividades emprendidas.

Diversos investigadores han enumerado características que según los estudios realizados, poseen las personas emprendedoras, a continuación indicamos las que consideramos más relevantes:

- Perseverancia
- Independencia
- Liderazgo
- Iniciativa
- Tolerancia a la ambigüedad
- Confianza en sí mismo
- Tomador de riesgos calculados
- Creativos
- Motivación y energía
- Proactivos
- Visionarios

Allan Gibs plantea cinco componentes fundamentales en esta cultura:

- La existencia de personas que sirven como modelos a ser imitados y superados por las nuevas generaciones
- La existencia de oportunidades de ligarse con organizaciones exitosas que le permitan familiarizarse con los mecanismos de funcionamiento
- La existencia de oportunidades para desarrollar y ejercitar los atributos y características emprendedoras y sentir el refuerzo positivo de sus logros.
- La existencia de oportunidades de construir redes de apoyo

La formación de personas emprendedoras implica trabajar en diversas áreas y no sólo la parte de conocimientos. Se requieren de conformar actitudes, valores y aptitudes.

ANEXO 5 - MUJER Y EXITO

Nuestra sociedad ha impuesto una serie de roles sexistas que estereotipan que la mujer debe ser: sensible, comprensiva, sacrificada, gentil, sumisa, débil, emotiva, indefensa, tolerante, con aspecto agradable, delicado, bello.

Esto resulta poco compatible con características emprendedoras de: autoestima, independencia, autonomía, disposición a correr riesgos, energía, creatividad, fortaleza, determinación.

Se dice que la mujer teme al éxito y antepone la felicidad y el amor a la familia al éxito en la vida pública, en tanto que los hombres temen al fracaso.

Por ello, en muchos casos, las mujeres no buscan ser las protagonistas del éxito y se conforman con hacer posible que su marido y sus hijos lo alcancen, con la satisfacción de haber contribuido a ellos. Se les enseñó a renunciar a sus propias necesidades y deseos, y a establecer como máximas prioridades de su existencia la maternidad y la satisfacción de las necesidades de otros, principalmente de hombres y niños; como recompensa, la sociedad la calificará como "una buena mujer", así ella se sentirá cómoda, feliz y realizada.

Los hombres triunfan porque tienen una alta autoestima y confían en sus capacidades, las mujeres sólo al triunfar tienen conciencia de sus aptitudes y desarrollan su autoestima.

Todo ello tiene que ver con la formación de actitudes, con la educación, con los roles asignados, con los modelos de referencia. Se nos educa para ser hombres o mujeres, o sea en forma diferenciada.

La mujer teme al éxito por:

- Miedo a trascender del ámbito doméstico al público
- Miedo a correr riesgos
- Pensar que puede alterar la tranquilidad de su familia
- Creer que el éxito no es compatible con la naturaleza femenina
- Temor a transgredir terrenos masculinos
- Considerar que los hombres no aceptan a la mujer de éxito
- Carencia de educación y capacitación

El sentimiento de culpa

Las mujeres manejan un sentimiento de culpa por su doble papel: atender a su familia y buscar el éxito. La mayoría de mujeres que trabajan están convencidas de que le están "robando" tiempo de su familia, al dedicárselo a su trabajo, lo que genera todo un comportamiento que le impide rendir al máximo en su actividad profesional.

Recordemos que los sentimientos de culpa agrandan nuestros fracasos y disminuyen nuestros logros.

En términos psicológicos la culpa es un estado emotivo en el que el individuo se halla dominado por la creencia o seguridad de que ha infringido alguna norma, sea ésta social, ética o legal. Por lo que la mayoría de las mujeres manejan culpas (aunque no sean culpables) por no ser perfectas madres y esposas, porque no les alcanza el tiempo, por no ser madre de tiempo completo, por no complacer al esposo, en fin culpable por trabajar, porque le gusta lo que hace en su trabajo y por desear tener éxito. Las que aceptan su pasión por el trabajo y reconocen públicamente lo importante que es para ellas en su realización personal, han superado su sentimiento de culpabilidad.

ANEXO 6 - REUNIONES REALIZADAS

NOMBRE : Sra. Flora Castro Brenes
CARGO : Presidenta
INSTITUCION : Asociación de Mujeres Profesionales y de Negocios
FECHA : 15/12/97

NOMBRE : Sr. Maria Lidia Berrocal
CARGO : Directora Ejecutiva
INSTITUCION : Credimujer
FECHA : 15/12/97

NOMBRE : Sra. Sobeyda Moya
CARGO : Directora Ejecutiva
INSTITUCION : Fundación Mujer
FECHA : 16/12/97

NOMBRE : Sr. Lara Blanco
CARGO : Consultora
INSTITUCION : Fundación Arias para la Paz y el Progreso Humano
FECHA : 15/12/97

NOMBRE : Sra. Mayi Antillón
CARGO : Directora Ejecutiva
INSTITUCION : Cámara de Industrias de Costa Rica
FECHA : 16/01/98

NOMBRE : Sra. Cinthya Robert
CARGO : Directora de Capacitación
INSTITUCION : FUNDES-Costa Rica
FECHA : 06/01/98

NOMBRE : Sra. Vilma Peña
CARGO : Directora Nacional
PROYECTO : Comunicación, Género y Desarrollo Sostenible en Centroamérica
INSTITUCION : Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura
FECHA : 19/01/98

NOMBRE : Sr. Róger Conejo
CARGO : Jefe de Departamento
DEPARTAMENTO : Crédito productivo y comercial
INSTITUCION : Banco Popular y de Desarrollo Comunal
FECHA : 09/02/98

NOMBRE : Sra. Nielsen Pérez
CARGO : Coordinadora Area de Capacitación
INSTITUCION : Centro Mujer y Familia
FECHA : 17/02/98