



“MUJERES EMPRESARIAS EN BOLIVIA: PERFILES Y DESAFÍOS”

por

Alejandra Bazoberry Egüez

Documento de Trabajo No. 01/17



Las opiniones expresadas en los Documentos de Trabajo del iDEC son exclusivas de los autores y no reflejan necesariamente los puntos de vista del Instituto.

“MUJERES EMPRESARIAS EN BOLIVIA: PERFILES Y DESAFÍOS”

Alejandra Bazoberry Egüez¹

RESUMEN EJECUTIVO

El incremento de la participación de las mujeres en los espacios sociales, políticos, económicos, educativos y comerciales de Bolivia, ha dado lugar al surgimiento de empresas desarrolladas y dirigidas por mujeres. Si bien las empresas creadas y lideradas por mujeres contribuyen al desarrollo económico del país, aún existen muchos factores que limitan su crecimiento y expansión. En este contexto, se estudia e identifica los factores que caracterizan las iniciativas de las empresarias bolivianas que dirigen unidades productivas y comerciales pequeñas, medianas y grandes, formalmente establecidas.

Se observa que las empresarias se encuentran entre los 30 y 60 años de edad, y son en su mayoría, emprendedoras por oportunidad. Estas empresarias iniciaron sus negocios en diferentes sectores económicos como manufactura y servicios y no sólo en comercio, como lo hacen generalmente las mujeres según la literatura consultada. En este caso, eso se debe al nivel de educación de las empresarias y a sus redes de contactos. Muchas de las empresarias tienen preferencia por contratar mujeres, lo cual se relaciona con el conocimiento que tienen las mujeres sobre las tareas en la industria en la que trabajan y también tiene que ver con compatibilidad de necesidades y oportunidades. La mayoría de las entrevistadas no experimentaron situaciones de acoso ni discriminación en su situación de empresarias, pero sí cuando su situación laboral era de dependiente de alguna empresa.

Los resultados permiten identificar y exponer los desafíos que el sector empresarial, gubernamental y las mismas mujeres deben superar para alcanzar la igualdad de género.

¹ Escuela de la Producción y la Competitividad, Universidad Católica Boliviana “San Pablo”, La Paz, Bolivia.
Email: abazoberry@gmail.com.

ÍNDICE GENERAL

I. INTRODUCCIÓN	3
II. MARCO TEÓRICO.....	5
A. EMPRESARIOS	5
B. EMPRESARIAS	6
C. ELEMENTOS QUE INFLUYEN EN LAS EMPRESAS DIRIGIDAS POR MUJERES	10
D. EL CONTEXTO DE BOLIVIA.....	12
E. LEGISLACIÓN BOLIVIANA Y ENTIDADES REGULADORAS DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL	15
F. INSTITUCIONES DE FOMENTO Y APOYO A LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL EN BOLIVIA	16
III. METODOLOGÍA.....	18
IV. RESULTADOS	20
A. CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS.....	20
B. CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESARIAS	22
V. CONCLUSIONES Y DESAFÍOS	30
BIBLIOGRAFÍA.....	35

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Diferencia en ingreso mensual por género según área geográfica y mercado de trabajo, 2011, en Bs.	14
Gráfico 2. Uso de redes digitales y comunicación Web	24
Gráfico 3. Destino del salario de las empresarias (en número de personas).....	27

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Relación entre estado civil y preferencia por trabajar cerca del hogar	23
Tabla 2. Relación entre motivación para emprender y grado de educación de las empresarias	25
Tabla 3. Relación entre nivel educativo de las mujeres y exportación	25
Tabla 4. Preferencia por contratar mujeres según sector alcanzado por la industria	27

I. INTRODUCCIÓN

En los estudios empresariales y los estudios de género, existe información sobre el aporte de las mujeres a la economía, así como las brechas existentes en emprendimientos entre hombres y mujeres. Para aportar en esta discusión, se aborda el tema de las mujeres empresarias en el ámbito formal en Bolivia, ofreciendo una caracterización de las mismas y recogiendo, desde sus propias voces, los desafíos que enfrentan.

Esta investigación busca conocer qué está ocurriendo a nivel de las mujeres que han podido transitar por el camino de la titularidad de empresas formales, levantando una caracterización de las mismas y, establecer sus principales desafíos como una manera de contribución al país. Su objetivo es el estudiar e identificar los factores que caracterizan a las iniciativas de negocio de las mujeres empresarias de Bolivia, quienes dirigen empresas pequeñas, medianas y grandes, establecidas formalmente, generando información que permita visibilizar la importancia de este tipo de empresas para la economía del país, y poner de relieve, los desafíos que estas mujeres aún deben superar. Otras contribuciones del presente estudio incluyen: el identificar y exponer el perfil de la mujer empresaria formal en el país; el especificar los factores de éxito de las mujeres empresarias estudiadas, sus motivaciones, oportunidades y limitaciones; el exponer las percepciones de las mujeres en temas de género y sus experiencias, como empresarias, con situaciones de acoso y discriminación hacia la mujer; el identificar y presentar los desafíos que tienen las mujeres empresarias en Bolivia, para promover la creación futura de políticas públicas que impulsen y apoyen el empresariado femenino en el país.

Se considera de interés estudiar con mayor profundidad las oportunidades, ventajas y desventajas, que tiene el sector de las mujeres en el campo empresarial. Mucha de la literatura consultada hace referencia a la amplia participación de las mujeres en emprendimientos microempresariales y, generalmente informales, la literatura también pone de realce esta situación y la muestra como positiva; pero en la mayor parte de los casos, como un mecanismo de sobrevivencia en condiciones de marginalidad permanente, sin duda con algunas excepciones.

Se percibe que, si bien la mayoría de las imágenes de empresarios y empresarias muestran un aspecto acomodado, jovial, próspero, desafiante, en la realidad la situación es más compleja. Ser un emprendedor y pasar a ser un empresario, es un camino difícil, y más si se es mujer, dados los datos estadísticos sobre diferencias salariales y otros aspectos que son conocidos.

La búsqueda bibliográfica muestra que el tema es poco investigado, que no ha sido suficientemente sistematizado, y que no existen las fuentes de información, organizaciones y otros aspectos que podrían facilitar este trabajo. Ante esta ausencia, la investigación que se propone es un pequeño aporte para estudiar y comprender el camino a la mayor participación de mujeres en el campo empresarial formal y la contribución que este tipo de empresas significaría para el país.

La investigación se organiza de la siguiente manera: el capítulo dos muestra el marco teórico. En este capítulo se fijan los aspectos más sobresalientes que van a ser estudiados a través de las entrevistas, como la situación de las mujeres empresarias, sus estudios, grado académico, entorno familiar, las aspiraciones, los ingresos, el destino del gasto, su valoración sobre el entorno social y de políticas públicas. En este capítulo también se presenta una descripción general del contexto de Bolivia que se centra en los aspectos legales e institucionales del país, así como una aproximación al desempeño de la economía de Bolivia en los últimos años. Registra las instituciones públicas encargadas del tema empresarial, las organizaciones que representan a los empresarios y algunos proyectos que apoyan los emprendimientos de mujeres. El capítulo tres describe la metodología de estudio. El capítulo cuarto presenta los resultados agregados de la información de las entrevistas con las empresarias nacionales y la comparación con lo estudiado en el marco teórico. Finalmente, el capítulo quinto presenta las conclusiones principales de la investigación, la literatura estudiada y su relación con las evidencias conseguidas, además recupera y expone los desafíos planteados por las propias empresarias.

II. MARCO TEÓRICO

Existe consenso entre los distintos teóricos del desarrollo en indicar que la diversidad de actividades económicas fortalece la economía de los países, por lo que los gobiernos deben generar condiciones para que la población pueda crear sus emprendimientos y tengan suficientes incentivos para poder responder a las distintas y cambiantes dinámicas del mercado.

A. Emprendimiento

El emprendimiento se ha convertido en un tema muy estudiado y discutido en los últimos años. Esto debido a que el desarrollo económico de los países está fundamentado en los logros de los emprendedores, quienes son considerados como agentes de cambio (Acs y Amorós, 2008). Son los emprendedores quienes dan lugar a cambios estructurales en la economía, ya que, a partir de la implementación de proyectos de negocio innovadores, contribuyen a la productividad de un país, y a la posibilidad de mejora de la calidad de vida de las personas a través de la creación de fuentes de empleo.

En la economía y el estudio de empresas, existe un interés particular en la investigación de las iniciativas dirigidas por mujeres, dado que es un sector que se incorporó de manera reciente y paulatina al mercado laboral, tanto formal como informal, y es creciente su participación como emprendedoras de sus propios negocios, y más reciente aún su reconocimiento en el mundo empresarial (Bourne et al., 2009; Castiblanco, 2013; Duflo, 2012 y Rivera, 2012).

La palabra emprendimiento proviene del francés *entrepreneur* (pionero) y es usualmente utilizada para describir a una persona que desarrolla y maneja una empresa tomando ciertos niveles de riesgo financiero. En la presente investigación, el emprendimiento es un proyecto, un inicio que lleva dentro una posibilidad de conversión en empresa. El objetivo fundamental de un emprendimiento es llegar a competir abiertamente en el mercado, en forma de unidad productiva, generadora de utilidades y permanente en el tiempo.

Para la delimitación conceptual de la presente investigación, se toma en cuenta la perspectiva del Global Entrepreneurship Monitor [GEM Global] (Amorós y Bosma, 2014),

que define el emprendimiento como una secuencia de cuatro etapas diferentes, dependiendo del tiempo que dura cada una, diferenciando la actividad emprendedora desde el reconocimiento de un emprendimiento potencial hasta la constitución de una empresa.

En el GEM Global se reconocen diferencias entre países en tres dimensiones importantes: las actitudes y percepciones del emprendedor, el emprendimiento por necesidad y por oportunidad y las aspiraciones de los emprendedores. Estos elementos exponen que en las economías basadas en recursos (aquellas en las que los procesos extractivos son la principal fuente de riqueza), los emprendedores tienen actitudes más positivas frente al emprendimiento, pero sin embargo, la mayoría de estos son emprendedores por necesidad y se llevan a cabo sus negocios por la falta de diferentes oportunidades en el mercado laboral. Por otro lado, en las economías basadas en la innovación (aquellas en las que existe una creciente actividad en investigación y desarrollo), existe una mayor actividad emprendedora enfocada en el crecimiento y son también los países que presentan mayores niveles de innovación en los emprendimientos (Acs y Amorós, 2008).

B. Emprendimiento Femenino

El emprendimiento femenino es clave para la prosperidad de un país; al crear las condiciones para que los emprendimientos femeninos crezcan, los países están invirtiendo en la competitividad y el bienestar nacional. “Los estudios realizados por las Naciones Unidas y otras instituciones internacionales sobre desarrollo y género ponen en evidencia que el retorno de la inversión social en mujeres es mayor al de los hombres. Esta diferencia está fundamentada en el hecho de que las mujeres son más propensas a compartir sus logros, ya sea en educación, salud y/o recursos con los miembros de sus familias y con sus comunidades en general” (Momsem, 2005; Shultz, 1993 y Summers, 1994. Citados en Querejazu et al., 2012).

Sin embargo, según el Global Entrepreneurship and Development Institute [GEDi] (2013), citando a Dew, A. (2013), la mayor parte de las mujeres emprendedoras enfrentan barreras a la hora de tener acceso a capital, tecnología, conocimiento y redes, elementos necesarios para emprender un negocio y facilitar el crecimiento de la empresa.

Las mujeres deciden iniciar un negocio por diversos motivos. Por un lado, la diferencia salarial entre hombres y mujeres, es una de las razones por las que las mujeres deciden emprender. La desventaja salarial de las mujeres no sólo tiene que ver con factores explicativos como la educación, la experiencia, la ubicación regional y la ocupación, sino también parece tener relación con factores que no se pueden explicar y que tienen que ver con la percepción de la sociedad en cuanto al rol de la mujer y sus capacidades (OIT, 2015).

Por otro lado, la mujer que trabaja, reproduce las condiciones sociales en el mercado laboral, mantiene tareas que le son impuestas por las normas sociales y las costumbres del país. Es por esto que, el trabajo que requiere el atender la casa y los hijos, muchas veces justifica que las mujeres busquen el autoempleo, para acceder a la flexibilidad de horarios y poder cumplir con las obligaciones socialmente impuestas.

Además de la barrera del salario que deben enfrentar, las mujeres también tienen un gran reto en cuanto a su participación en la gestión empresarial. Aunque se considera beneficiosa la equidad de género en las empresas, aún hay escasez de mujeres al mando, en la cúspide de la pirámide empresarial. En el mundo, sólo el 5% de los directivos de las principales empresas son mujeres (OIT, 2015). La falta de oportunidades laborales en el mercado formal, la brecha de salarios y el difícil acceso a altos cargos gerenciales, son factores que explican, de alguna manera, el hecho de que algunas mujeres decidan iniciar un negocio propio.

Las mujeres empresarias son aquellas que desarrollan, organizan y dirigen un negocio. La característica del negocio, para ser empresa, es que esté legalmente establecido y que genere utilidades, es decir que sea rentable. Al hablar de mujeres empresarias, se abarca una gran variedad de características. Las características demográficas de las mujeres empresarias varían de acuerdo a muchos factores, por ejemplo, el motivo por el cual emprenden, el tipo de negocio que dirigen y la región donde desempeñan su papel. Sin embargo, generalmente son mujeres jóvenes que comienzan su carrera profesional y emprenden un negocio que utilizan para el auto-empleo o mujeres que, tras casarse o tener un hijo, vuelven a la actividad profesional montando una empresa (Domingo y Moltó, 1998).

En cuanto a su desarrollo como líderes, las mujeres, usualmente, tienen un estilo diferente al de los varones a la hora de dirigir una empresa. Es usual que no sigan el estilo jerárquico, tradicional. Según Gonzales (2007), las mujeres están conscientes de que uno de sus activos más importante en sus empresas es el capital humano, por eso, buscan proteger esto a través de la atención a la formación de relaciones personales. Reconocen en sus empleados la creatividad, la innovación, la lealtad, la experiencia y el conocimiento (González, 2007, p.188).

Al hablar de motivaciones para emprender, las mujeres emprenden tanto por necesidad como por oportunidad. Sin embargo, es importante mencionar que, según el Global Entrepreneurship Monitor [GEM] Women's Report en América Latina, existe una brecha entre los emprendedores varones y mujeres. Las mujeres suelen emprender por necesidad, en mayor medida que los hombres, con un 28% de mujeres emprendedoras por necesidad frente a un 17% de varones (Brush et al. Women's Report, 2013).

Entre las motivaciones de las mujeres para emprender por necesidad se encuentran la de sostenibilidad económica y poder aportar con ingresos a sus familias. Por otro lado, las mujeres que emprenden por oportunidad, buscan una mayor independencia tanto dentro del ámbito familiar como en el laboral.

Al hablar de sectores económicos abarcados por las mujeres empresarias, se debe tomar en cuenta que, en el mundo, el acceso a los recursos para la producción no es el mismo para las mujeres y los hombres. Esto impacta la habilidad y la capacidad que pueden llegar a tener las mujeres para iniciar y hacer crecer una empresa. Una prueba es el hecho de que los emprendimientos de las mujeres, en todo el mundo, se dan usualmente en el sector de comercio y en el sector de servicios y especialmente en servicios de atención a consumidores de productos para consumo individual y familiar (Brush et al., 2013).

Lo citado anteriormente tiene su raíz, entre otros factores, en la escasa capacitación que reciben las mujeres, lo que las lleva a iniciar un negocio que sea más sencillo en términos productivos y técnicos; este es el caso de las microempresarias alrededor del mundo. Según

Diana Urioste, “estar en el sector del comercio, es más fácil para las mujeres solteras y con hijos, ya que pueden llevar a los hijos al trabajo y dedicarles tiempo”².

Los sectores económicos abarcados por empresarias pueden impulsar o limitar el crecimiento de las empresas. Sin embargo, también existen otros factores que juegan un papel importante en el crecimiento y vigencia de las empresas en el mercado. Uno de estos factores es la innovación. La innovación y el emprendimiento van de la mano. La innovación hace referencia a un proceso de cambio, en el cual se introduce una o varias novedades a un negocio. Innovar es aplicar una nueva forma de hacer negocios al aplicar nuevas ideas, nuevos productos o servicios y nuevas prácticas con la finalidad de alcanzar un nivel alto de productividad. Otro factor importante es el financiamiento al cual las mujeres pueden acceder para hacer crecer sus negocios. En todo el mundo, las mujeres reciben menos financiamiento que los hombres para sus negocios. Pero la brecha se vuelve más obvia para las mujeres emprendedoras con gran potencial que necesitan cantidades de capital de riesgo más elevado.

En Bolivia, durante el período de los años 2010 y 2014, según datos de la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI), el número de prestatarios registrados, en el sistema de intermediación financiera, creció un 50,4%. Del total del monto de dinero otorgado a créditos, el 66,5% fue otorgado a empresas. Sin embargo, la mayoría de las personas que toman créditos son varones. De diez personas que toman créditos en los bancos, seis son hombres y cuatro mujeres. El 39,4% de los préstamos otorgados hasta diciembre de 2014 a personas naturales y empresas unipersonales correspondió a mujeres. Pero, según datos del Banco Mundial (Enterprise Surveys, 2010) sólo el 17,8% de los créditos empresariales fueron otorgados a empresas dirigidas por mujeres. Estas cifras apoyan la evidencia que muestra que, aunque un país tenga mayores niveles de inversión en capital de riesgo, esto no beneficia a las emprendedoras de manera automática.

Otro factor que afecta el crecimiento de las empresas dirigidas por mujeres es el tamaño de los negocios que manejan. Uno de los puntos clave del impacto de los emprendimientos en la economía es el hecho de que contribuyen a crear fuentes de empleo, sea para los propios empresarios como para el personal que contratan. Históricamente, se ha

² Diana Urioste (Conexión-Fondo de Emancipación), comunicación personal, 20 de abril de 2015.

reconocido que las mujeres suelen crear negocios más pequeños que los hombres y por lo tanto con menos empleados, en estos casos se valora el autoempleo y el empleo familiar. Todo esto pone en evidencia el lado positivo que muestra que las mujeres son capaces de crear negocios y auto sostenerse, sin embargo, también expone el lado negativo de que muchos emprendimientos son por necesidad, tienen poca posibilidad de crecimiento sostenido y son pequeños.

C. Elementos que influyen en las empresas dirigidas por mujeres

Siguiendo la línea del Women's Entrepreneurial Venture Scope [WEVentureScope] (2013), se pueden citar algunos elementos que influyen en el desarrollo de las actividades de las empresas dirigidas por mujeres en América Latina y, especialmente en Bolivia.

Discriminación y violencia contra las mujeres. La discriminación y la violencia son dos factores que influyen en el ámbito empresarial y que tienen una incidencia mayor en las mujeres. Estos factores, se reflejan a la hora de emprender, en la limitación de oportunidades y capacidades que presentan estas mujeres.

Entorno empresarial emprendedor. El entorno empresarial hace referencia a todos aquellos factores externos a la empresa y que influyen en el desarrollo de las actividades de la misma. Dentro de estos factores, se puede encontrar los factores económicos, los factores socio-culturales, los factores políticos y legales, los factores medioambientales y los factores tecnológicos.

En cuanto a los factores político-legales, en la mayoría de los países de América Latina, el acceso a financiamiento es complicado para las mujeres y existen ciertas barreras. Por otro lado, al iniciar un negocio, existen muchos costos que cubrir, especialmente los costos del sistema legal de registro del negocio, el pago de impuestos y compra de material entre otros. En el caso de Bolivia, una gran parte de las empresarias optan por quedarse en el sector informal de la economía debido a lo complicado que son los trámites en Fundempresa para generar una matrícula de comercio y así poder funcionar formalmente.

Capacidades y habilidades. La educación y capacitación son también puntos muy importantes al estudiar el emprendimiento femenino. Si bien es cierto que la brecha de

educación entre hombres y mujeres se ha reducido considerablemente pasada esta última década, las mujeres aún no están obteniendo la capacitación avanzada necesaria para iniciar un negocio en un sector de alto valor agregado, el cual es ofrecido, en su mayoría en programas de capacitación en el trabajo (Powers y Magnoni, 2010).

Se ha demostrado, por ejemplo, que las mujeres altamente educadas en países desarrollados tienden a iniciar un negocio porque identifican una oportunidad, (emprendedoras por oportunidad), mientras que las mujeres menos educadas o capacitadas en los mismos países tienden a comenzar un negocio por necesidad financiera, (emprendedoras por necesidad) (LeBrasseur et al., 2010).

En Bolivia, las mujeres suelen tener menor nivel de educación que los hombres. Para el 2012, el nivel educativo alcanzado por la población muestra que las mujeres superan a los hombres en el nivel primario (29,1% mujeres y 26,1% hombres), sin embargo, los hombres lideran el nivel secundario (44,1% hombres y 35,5% mujeres) y el nivel superior (22,4% hombres y 20, 2 mujeres) (INE, 2014).

En muchos casos, las mujeres no pueden acceder a la educación debido a que supone gastos que no pueden permitirse. Es por esta razón, que el capital social es un recurso importante para algunas empresarias, a la hora de buscar el crecimiento de sus negocios. Según Fernández (2012), para la sociología, “el capital social es aquello que posibilita la cooperación entre dos partes”. El capital social es importante para aquellos que se encuentran en desventaja socioeconómica. Las empresarias que, tal vez, no pueden acceder a niveles educativos de calidad, pueden, como posibilidad, lograr sus objetivos a través de la movilización de recursos en las redes sociales adecuadas.

El conocimiento y el uso de la tecnología es otro factor clave para las mujeres emprendedoras. La tecnología permite que las emprendedoras estén más conectadas, con sus proveedores, con sus clientes, con el gobierno y entre ellas. El uso de las tecnologías de la comunicación e información, es importante por dos aspectos fundamentales. Primero, porque una mujer para estar empoderada necesita tener acceso a información a diferentes temas de su interés y el Internet es una forma de obtener esa información. El segundo factor va estrechamente relacionado con el primero, ya que el hecho de tener acceso a la información

no es suficiente, las mujeres también necesitan aprender de qué manera pueden utilizar esa información para mejorar su calidad de vida (Hangout with Geena Davis, UNECOSOC, 2013).

Riqueza familiar. Las mujeres empresarias, pueden vivir en familias grandes o pequeñas y tener diferentes formas de equilibrar sus tareas. Pero la actividad empresarial no sólo depende de su estado familiar actual sino también de la dimensión y la capacidad económica de los hogares donde ellas crecieron. “En América Latina, 43% o más de las mujeres emprendedoras provienen de hogares con ingresos altos” (Brush et al., 2013).

Lo anterior apunta al tema de la riqueza y el emprendimiento. En muchos lugares, el acceso al financiamiento es restringido, especialmente para las mujeres y es por esta razón que, la mayoría de las emprendedoras por oportunidad provienen de familias con niveles de riquezas más elevados, que pueden financiar el emprendimiento.

Servicios sociales. El gobierno juega un papel importante cuando los individuos deciden emprender. En cuanto a la ayuda que el gobierno puede brindar a las mujeres, se habla principalmente de servicios sociales. El cuidado de los niños y de los ancianos ha sido, tradicionalmente, responsabilidad de las mujeres de las familias. Para que esto cambie, se necesita apoyo de los servicios sociales. En la mayoría de los países de la región, hay suficientes opciones de cuidados de niños como para permitir a las mujeres iniciar un negocio (WEVentureScope, 2013). Sin embargo, muchas veces, estos servicios son privados por lo que las mujeres no pueden acceder a ellos. Por esto, el gobierno juega un rol importante al desarrollar y brindar servicios sociales públicos, de calidad superior y seguros.

D. El contexto de Bolivia

Tener una empresa, es una decisión que los individuos toman, pensando en los riesgos y beneficios de esa decisión. Sin embargo, estas decisiones se pueden comprender de acuerdo a la situación particular de cada uno de los países, lo que puede beneficiar o perjudicar la iniciativa de los emprendedores, y en especial de las mujeres. Es por ello que es importante comprender el contexto empresarial de Bolivia.

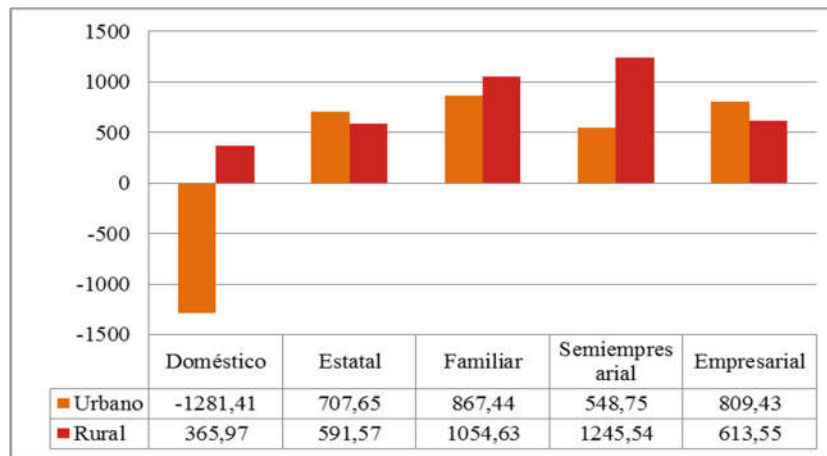
El hecho de que una cantidad considerable de mujeres, hoy, sean empresarias en Bolivia, tiene que ver con la reducción de la brecha de género en la educación, las regulaciones del país en los procesos legales de constitución de una empresa, las instituciones que apoyan la iniciativa de estas mujeres y las entidades financieras que brindan servicios de créditos para promover las actividades empresariales.

El Producto Interno Bruto de Bolivia, ha experimentado un crecimiento en los últimos años. Entre los años 2009 y 2013, la tasa de crecimiento porcentual ha ido incrementando de 3,36% a 6,78%. Para que el PIB haya logrado un crecimiento estable, existen actividades económicas que tuvieron mucho movimiento en el país, según datos del Instituto Nacional de Estadística [INE], en el año 2013, las dos actividades económicas que tuvieron mayor dinamismo fueron el petróleo crudo y el gas natural (13,97%) y la construcción (10,64%). Estas cifras reflejan el hecho de que la economía boliviana está basada principalmente en la extracción y exportación de materias primas, especialmente de hidrocarburos. Ello pone en evidencia el estado de incertidumbre en el cual se maneja la economía del país, que depende los precios de estas materias primas en el mercado externo.

El salario, en Bolivia, se ha ido incrementando los últimos años, por disposiciones del gobierno nacional, sin embargo, la brecha salarial en razón de género aún persiste. La brecha salarial entre hombres y mujeres es evidente tanto el ámbito público como privado, en los cargos directivos y los de empleados de oficina.

Al observar el Gráfico 1, para el año 2011, es evidente que existe una brecha salarial por género. En este sentido, se observa la diferencia en el ingreso mensual que obtienen los hombres y las mujeres de Bolivia, según ocupación principal en el área de trabajo donde desarrollan sus actividades, tanto para la región urbana, como rural. Si bien las mujeres están presentes cada vez más en el sector asalariado del país, aún falta mucho para que lleguen a recibir el mismo salario que los hombres.

Gráfico 1. Diferencia en ingreso mensual por género según área geográfica y mercado de trabajo, 2011, en Bs.



Fuente: Elaboración propia en base a datos del Instituto Nacional de Estadística (INE, 2013).

En cuanto a la tasa de desempleo, en el país, ha disminuido gradualmente. Desde el año 2007 hasta el año 2012, la tasa ha decrecido desde 7,70% hasta 3,2% (INE, 2013). Este es un indicador de crecimiento económico que tiene que ver con muchos factores; uno de los más importantes es el incremento de la inversión pública. Sin embargo, es importante destacar, que la reducción de la tasa de desempleo, no refleja la calidad de los trabajos. Dos temas que preocupan en el país son el subempleo y la informalidad laboral. La mayoría de las personas, no encuentran trabajos dignos que cumplan con todas las leyes laborales. Los empleos donde se ocupan las personas en el país, son, en su mayoría, precarios, no ofrecen beneficios sociales ni realizan aportes a las Administradoras de Fondos de Pensiones para la jubilación.

Si bien en Bolivia existe la voluntad de emprender un negocio por parte de las mujeres, la mayoría se encuentran en el sector informal. Incluso si se trata de iniciativas de ciertas entidades, como en el centro Gregoria Apaza, el cual trabaja con programas de apoyo a las empresas dirigidas por mujeres, asociadas, y pone en relieve que todas ellas están en el sector informal. Si bien la economía boliviana ha demostrado cierto nivel de estabilidad y sostenibilidad económica, no se puede pasar por alto el hecho de que es un país altamente dependiente en las fluctuaciones de los precios internacionales de la materia prima que exporta. También, existe todavía la temática del sector informal, que tiene un gran peso vinculado al comercio y a los servicios.

E. Legislación boliviana y entidades reguladoras de la actividad empresarial

En Bolivia existen regulaciones y leyes que son aplicadas a las actividades empresariales. Para iniciar un negocio, se debe tomar en cuenta que existen factores externos, regulatorios, que influyen en el desarrollo del negocio.

La Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia es un texto constitucional que expresa las regulaciones, principios y valores del pueblo boliviano. En cuanto a la organización económica del Estado, la Constitución reconoce que una organización económica tiene la obligación de contribuir a la erradicación de la pobreza y a reducir las desigualdades en la población, al generar trabajo digno. Es por esto, el interés, en esta investigación, de estudiar empresas formales; ya que, este tipo de empresas estarían en mejores condiciones como para cumplir con las regulaciones laborales del país, ofrecer trabajo digno y beneficios sociales a sus empleados. Si bien la Constitución hace referencias explícitas a la disminución de las desigualdades de género en campos como la educación, en lo referido a las iniciativas económicas, o la actividad empresarial, no tiene ninguna consideración especial. En este sentido, las empresarias compiten bajo una normativa que no hace diferencias por género.

Otra de las regulaciones que se aplican en Bolivia es el Código de Comercio. Este se encarga de organizar la actividad empresarial en Bolivia. Regula todas las relaciones en el ámbito jurídico que se derivan de la actividad comercial. En cuanto a la participación de las mujeres, se advierte, sin embargo, que no existe una norma específica que regule los emprendimientos dirigidos por mujeres, más allá de aquellas que regulan su participación en las empresas cuando median aspectos matrimoniales y de herencia.

Una de las entidades reguladoras de la actividad empresarial más importante en Bolivia es el Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural (MDPyEP). El Ministerio se encarga de impulsar la productividad del país a través del fortalecimiento de la economía plural. En el ámbito de apoyo a las mujeres, el Ministerio ha realizado algunas actividades buscando la igualdad de género. Entre las principales actividades se encuentran: “talleres de acceso a mercados externos para mujeres exportadoras” y “concentración de

apoyo exclusivo a mujeres mediante el fondo Concursable del Programa de apoyo al Plan Sectorial: Desarrollo Productivo con empleo digno (PRODUCE Bolivia)”.

La Fundación para el Desarrollo Empresarial (Fundempresa) es una fundación sin fines de lucro que se encarga del registro de comercio de Bolivia. En Bolivia, toda empresa para ser considerada legal debe estar registrada en Fundempresa. El Registro de Comercio certifica la legalidad de las empresas. Registra los datos principales de las personas jurídicas de acuerdo al Código de Comercio, así como los contratos y otros documentos empresariales. Fundempresa, pone a disposición de las personas, la base de datos de empresas, constituidas legalmente en Bolivia. Sin embargo, presenta algunas restricciones como el sexo del representante legal, los accionistas y el capital patrimonial de cada empresa.

Según los datos obtenidos de Fundempresa para esta investigación, el registro de las empresas en el sector formal de la economía ha ido en incremento los últimos años. La mayoría de las empresas que surgen son del tipo Unipersonal y ofrecen servicios de venta al por mayor y menor. Esto refleja una mayor formalidad en el país a la hora de hacer negocios y que la actividad empresarial, mayormente no tiene un proceso de transformación que le añada valor a los productos.

F. Instituciones de fomento y apoyo a la actividad empresarial en Bolivia

La actividad empresarial no sólo debe cumplir con las regulaciones impuestas por el país, sino también cuenta con el respaldo de algunas instituciones que se dedican a brindar apoyo en diferentes ámbitos a los emprendedores y empresarios del país. En esta sección se exponen los principales grupos empresariales del país y algunas instituciones de fomento a la actividad emprendedora de las mujeres.

Una de las instituciones que promueve el desarrollo empresarial en Bolivia es la Cámara Nacional de Comercio (CNC). La CNC apoya el crecimiento económico de los sectores que se encargan del comercio y de brindar servicios en el país. Vale la pena resaltar que el Directorio Nacional de esta institución históricamente ha tenido representantes hombres. Desde el año 1968 hasta la actualidad, todos han sido varones, lo cual muestra que

no existe participación de mujeres líderes empresarias en este nivel de representación en la Cámara.

La Cámara Nacional de Industrias es otra de las instituciones que brinda asesoramiento personalizado a sus asociados en temas de interés como: comercio exterior, sistemas de gestión de calidad, asesoramiento con importaciones y exportaciones, coordinación de tránsito de mercancías hasta la Aduana Nacional e información sobre los servicios portuarios de diferentes países.

El Directorio Nacional de esta Cámara, está conformado por representantes de las cámaras departamentales de Industria y socios afiliados, teniendo en su primera categoría, sólo representantes varones. Este Directorio cuenta con 35 representantes, de los cuales, sólo tres son mujeres lo cual evidencia la falta de participación femenina en los niveles ejecutivos de esta Cámara.

Otra de las instituciones que apoyan el tema empresarial es la Cámara Nacional de Exportadores (CANEB). Esta Cámara se enfoca principalmente en las empresas exportadoras. Los socios pertenecen a diferentes rubros como los textiles, la joyería, los alimentos, la quinua y productos derivados manufactura en cuero y madera, turismo y muchos otros en los cuales los exportadores del país están presentes. El Directorio Nacional de esta Cámara, está conformado, en la mayoría de los puestos ejecutivos, por hombres, sin embargo, el cargo de Gerente General es representado por una mujer. Este dato es útil para analizar la cantidad de mujeres en puestos representativos de grupos empresariales. Es interesante mencionar que esta Cámara, es una promotora del empresariado femenino. Su último proyecto en este tema fue un programa llamado “Desarrollo de Capacidades Gerenciales para la Internacionalización de las Empresas lideradas por Mujeres”, que puso en marcha junto con las Cámaras de Exportadores departamentales y la Fundación YENTE. “El objetivo del programa es el de generar capacidades productivas y comerciales de las empresas lideradas por mujeres, para que tengan una adecuada oferta exportable y puedan acceder a un mercado internacional en el corto y mediano plazo”³.

³ <http://www.yente.org/>

Por último, también se encuentra YENTE, como una impulsora del emprendimiento en el país. YENTE es una red internacional de mujeres empresarias que dirigen pequeñas y medianas empresas (Pyme). Es una fundación holandesa, creada por mujeres, que trabaja para el empoderamiento de las mujeres empresarias como agentes de cambio e impulsoras de la prosperidad económica de sus sociedades.

Desde el año 2013, la Fundación capacita a pequeñas empresarias en La Paz y Santa Cruz. Estas capacitaciones incluyen actividades como los desayuno-trabajo donde empresarias reconocidas en temas administrativos y financieros brindan asesoramiento a las empresarias participantes; además, encuentros empresariales en los cuales las empresarias forman redes de contactos (Imaña, 2014). Según una entrevista realizada a Viviana Coloma, representante de YENTE, ésta destacó que “desde la aplicación del sistema de capacitación de YENTE, las empresarias han podido ajustar y optimizar sus costos, además de encontrar nuevos segmentos”. Para participar en este programa, las empresarias deben ser propietarias de empresas que generen ventas de por lo menos, Bs. 100.000 anuales, deben tener por lo menos dos años en el mercado y ser formales.

Si bien, es posible observar la existencia de entidades que impulsan a las empresas en Bolivia, es evidente que son pocas las que tienen proyectos y programas especializados en impulsar el emprendimiento femenino en el país. Esto puede deberse a la falta de representación femenina en los puestos ejecutivos de estas instituciones, pero también se debe a la falta de conciencia sobre las diferentes necesidades que las empresarias bolivianas presentan, que pueden llegar a ser diferentes a las de los empresarios.

III. METODOLOGÍA

De acuerdo al tema de investigación y los objetivos propuestos, se delimitó el tema a mujeres empresarias en el ámbito formal que son propietarias y/o dirigen empresas con al menos cinco empleados, lo que las hace pequeñas empresas, según la normativa boliviana. Los términos pequeña, mediana y gran empresa, se utilizan para expresar tamaño o dimensión. Esta dimensión se mide de diversas maneras y en el caso de una unidad productiva, se mide a través de distintos parámetros como las ventas, la cantidad de inversión,

la utilidad percibida, etc. Esta investigación utiliza el parámetro reconocido por el gobierno del Estado Plurinacional de Bolivia y por los grupos empresariales del país, que miden la dimensión de una empresa de acuerdo al número de empleados. Se reconocen entonces a las empresas pequeñas como aquellas que tienen más de cinco empleados. Como empresas medianas, aquellas que tienen más de 16 empleados y como grandes, las que cuentan con más de 50 empleados (Alarcón et al., 2006).

La información se obtuvo de fuentes primarias y secundarias. Investigación teórica, análisis de datos relevantes, entrevistas con mujeres empresarias, consultas por mail y en persona, con profesionales y discusión con personas entendidas en estudios de género y empresariado en Bolivia, consultas a representantes de instituciones especializadas, entre otros aspectos.

La base de la investigación son los casos de estudio, los cuales surgen a partir de una serie de 21 entrevistas a mujeres empresarias que cumplen con los siguientes parámetros: sean dueñas y dirijan empresas formales, de pequeñas a grandes empresas, con más de cinco empleados por empresa. Para la determinación de los casos y la selección de las entrevistadas se solicitó y tramitó el acceso a bases de datos oficial, tanto del Estado a través de Fundempresa, como de las organizaciones de empresarios. Sin embargo, en ambos, la información era demasiado generalizada y no se logró una clasificación con la finalidad de la investigación.

Dada la dificultad de establecer un método de selección estándar desde el punto de vista estadístico, se procedió a tomar contacto con eventos de empresarias. Es así que a partir de la participación en el “TechCamp” para mujeres empresarias se tomaron los primeros contactos con empresarias quienes brindaron las primeras entrevistas. El TechCamp fue el primer campamento tecnológico para mujeres empresarias en Bolivia, iniciativa del Departamento de Estado de los Estados Unidos, llevado a cabo el año 2015 en Santa Cruz.

Posteriormente, se tomó contacto con organizaciones de mujeres y grupos empresariales, además, también se utilizó la base de datos proporcionada por Fundempresa, buscando empresas que pudieran ser de mujeres y llamando para consultar, de tal manera que se completaron los casos que se tenían establecidos.

Para la discusión de los principales hallazgos y las conclusiones, se procedió a entrevistar a mujeres especialistas en género, lo que enriqueció en gran medida la perspectiva que entregaron las entrevistadas y las dificultades que se tuvieron al encontrar un grupo más diverso socialmente. Cabe indicar que se presentó la situación de mujeres que no aceptaron ser entrevistadas. Una posible razón por las que fueron reacias a la entrevista es que temen que la información proporcionada vaya a ser utilizada por funcionarios malintencionados de entidades administrativas, fiscalizadoras y reguladoras.

Por la característica de los casos, esta investigación se puede considerar de carácter exploratorio, y puede servir de base para trabajos más amplios sobre este sector social del empresariado femenino de Bolivia.

IV. RESULTADOS

En el presente capítulo se sistematizan los resultados obtenidos de las entrevistas y los principales aspectos de la investigación relacionados con estos resultados. Se expone una versión agregada de los perfiles de las empresarias y la discusión con algunos postulados que fueron sistematizados en el marco teórico.

A. Características de las empresas

Tamaño de las empresas. De las 21 empresarias entrevistadas, 15 dirigen empresas denominadas pequeñas, lo que corresponde al 71%, cinco dirigen empresas medianas y una dirige una empresa grande. En esta investigación se ha tomado el criterio oficial del gobierno de Bolivia y las principales organizaciones de empresarios que optan por el número de empleados que trabajan en la empresa. Una empresa es considerada micro empresa cuando tiene hasta 4 empleados, una empresa pequeña tiene de 5 a 15 empleados y una empresa mediana tiene de 16 a 49 empleados. Siendo la empresa grande la que debe tener más de 50 empleados (Alarcón et al., 2006).

De acuerdo a las entrevistas logradas para esta investigación, esta conclusión no necesariamente es negativa, pues una parte considerable de las empresarias encuentran en el tamaño de la empresa cierta flexibilidad para llevar adelante sus labores profesionales y compatibilizarlas con sus labores familiares y expectativas de vida. Entonces, es posible que,

en algunos casos, el mantener una empresa con una dimensión pequeña, corresponda a una elección de las empresarias, y no necesariamente a dificultades de crecimiento.

Sectores económicos abarcados. Los rubros en los que se desarrollan las empresarias entrevistadas se ubican en el sector secundario y terciario. La mayor parte se encuentran en el sector de manufactura, con prendas de alpaca, objetos de manera y joyería. El segundo grupo más grande es el del sector de servicios, en los cuales se encuentran empresas dedicadas a desarrollo web y sistemas de comunicación digital, empresas de consultorías en diversos temas, educación para niños pequeños, turismo y servicios de marketing.

Según el GEM Global 2012, Women's Report, (Brush et al., 2013), y la literatura revisada, la mayoría de los emprendimientos dirigidos por mujeres, en todo el mundo y en especial en los países en desarrollo, se dan usualmente en el sector de servicio al consumidor. Sin contradecir esa afirmación, se establece que, en el caso de las empresarias entrevistadas para este estudio, su nivel de educación, capacitación en negocios y su red de contactos les ha permitido emprender de manera más variada y no estancarse en el micro emprendimiento en el sector comercial.

Alcance nacional e internacional. La mayoría de las empresas tienen su unidad de producción concentrada en un sólo departamento de Bolivia, todas ellas en la ciudad principal. Sin embargo, algunas de ellas tienen cadenas de proveedores y canales de comercialización que van más allá de un departamento.

La situación descrita coincide con el tamaño de las empresas, que según datos de Fundempresa (2014), la mayoría de las empresas registradas son Unipersonales (123.530 de un total de 144.129 en todo el país), lo cual nos da una idea clara del tamaño de las empresas registradas. Además de las características de las empresas pequeñas que se han explicado en el marco teórico. Las empresas pequeñas son mayoritariamente locales en la medida que generan valor a partir de recursos nativos, de características propias de un lugar específico, así como el aprovechamiento de las habilidades la población del lugar de origen.

En cuanto al alcance internacional, ocho de las 21 empresas, exportan sus productos. Siete de las empresas exportadoras son manufactureras, cinco de textiles, una de madera y

una de alimentos. Los mercados usuales de las textileras son Estados Unidos, Canadá, Alemania, Francia, Holanda, Dinamarca y en América Latina, Argentina, Colombia, Perú, Brasil y Chile. Los mercados de la empresa que trabaja con madera son Estados Unidos, Alemania, Brasil y Chile. La única empresa que exporta sus servicios, es la especializada en tecnología y diseño web. La empresa tiene clientes en Estados Unidos, Colombia, Perú, México e Inglaterra.

Es interesante que en el país se den iniciativas exportadoras de productos y servicios de origen boliviano. Bolivia es un país impulsado por sus recursos naturales y la exportación de los mismos, pero es una economía vulnerable a los cambios en los precios de mercado. Por esta razón, las exportaciones productivas son importantes y este tipo de resultados demuestra que en el país existen empresas que tienen la calidad y capacidad necesaria para entrar en mercados exigentes. Estas empresas muestran que el trabajo realizado y el cumplimiento con el tiempo de las entregas son la clave para mantener a los clientes en el exterior.

En términos de mercado, ninguna empresaria entrevistada se ha favorecido de las políticas públicas del gobierno, no han accedido a las compras públicas, y en el caso de las exportaciones, aseguran que más bien han sido perjudicadas. En específico, se hace referencia al cierre de la ATPDEA por lo que Estados Unidos impone barreras a la importación y los aranceles se han elevado.

En el tema del mercado, de las oportunidades y dificultades que se presentan, como una herramienta de apoyo a los emprendimientos empresariales, sería importante que las políticas públicas tomen en cuenta las necesidades de las empresarias como subsector para facilitarles mecanismos que les permitan posicionarse tanto en las compras públicas como en el mercado externo.

B. Características de las empresarias

Estado civil. La teoría indica que, las mujeres empresarias, generalmente son mujeres jóvenes que comienzan su carrera profesional y emprenden un negocio o mujeres que, después de casarse y criar a los hijos, vuelven a la actividad profesional montando una empresa (Domingo y Moltó, 1998).

En esta investigación, de las empresarias 21 entrevistadas, 14 (67%) están casadas. En ocho de estos casos, las parejas de las empresarias trabajan en la misma empresa. Lo interesante es que las mujeres que emprenden por oportunidad, son usualmente mujeres solteras o casadas y divorciadas que tienen hijos mayores, lo cual les permite, de cierta manera dedicarse más a la empresa y a hacer crecer el negocio.

Algunas entrevistadas afirman que en ciertos momentos no recibieron el apoyo necesario de sus parejas y en consecuencia terminaron separándose. En este sentido, es también de gran importancia el rol que cumple el gobierno, con las políticas sociales. Si el Estado quiere ayudar a las mujeres que deciden iniciar un emprendimiento debe ofrecer condiciones para que estas puedan combinar sus responsabilidades familiares y empresariales.

Relacionando el emprendimiento con el estado civil de las empresarias, se encuentra que, las mujeres casadas y con hijos que iniciaron un proyecto empresarial y lo han consolidado, presentan, entre sus motivaciones para emprender, la búsqueda de un trabajo cerca de su hogar y con cierta flexibilidad para estar cerca de sus familias y cuidar a sus hijos (Ver tabla 1).

Tabla 1. Relación entre estado civil y preferencia por trabajar cerca del hogar

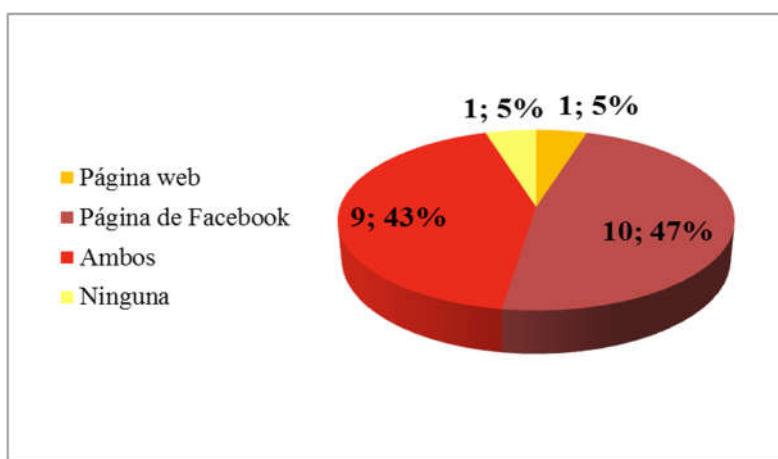
Estado civil	Trabaja cerca al hogar	
	Si	No
Casada	10	4
Soltera	1	0
Divorciada	3	3

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de las entrevistas realizadas

En el marco teórico se encontraron distintas referencias a esta característica de cercanía y flexibilidad que buscan las mujeres emprendedoras y empresarias. En este trabajo, todas las entrevistadas han destacado que la búsqueda de mercados y la comunicación vía Internet les ha permitido establecer relaciones con proveedores y clientes sin necesidad de realizar grandes desplazamientos.

Como podemos observar en el Gráfico 2, el 48% (10 empresarias) utiliza exclusivamente Facebook, siendo entonces la herramienta de mayor preferencia o accesibilidad; el 42% (9 empresarias) combinan el Facebook con la promoción a través de páginas Web. Sumando ambos aspectos tenemos que un 90% de las empresarias se encuentran conectadas y visibles en las redes digitales para promocionar sus productos.

Gráfico 2. Uso de redes digitales y comunicación Web



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de las entrevistas realizadas.

Empresarias por oportunidad. De acuerdo a lo expresado en el marco teórico, en Bolivia, las mujeres emprenden mayormente por necesidad. Sólo el 31% de las empresarias, emprendieron por oportunidad y de éstas la mayoría lo hizo para obtener mayor independencia. (Querejazu et al., 2012). Según las referencias bibliográficas, a mejor situación económica, experiencia y mayores estudios se incrementa la probabilidad que las mujeres emprendan porque encuentran una oportunidad de mercado y tienen los conocimientos para poner en marcha una empresa.

De acuerdo a los resultados obtenidos, observando la Tabla 2 se puede afirmar que la correlación indicada es correcta. En los casos a los que se pudo acceder, existe un número mayor (el doble) de empresarias que emprendieron por oportunidad y una variable que parece explicar la diferencia es el grado de educación de las empresarias.

Tabla 2. Relación entre motivación para emprender y grado de educación de las empresarias

Grado de Educación	Motivación	
	Necesidad	Oportunidad
Secundaria	3	0
Licenciatura	3	10
Maestría	1	4
Total	7	14

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de las entrevistas realizadas.

Es importante destacar que, si bien la mayoría de las emprendedoras por oportunidad han llevado adelante sus negocios porque era lo que realmente ellas querían, esta no es necesariamente una medida del éxito de las empresas. Existen algunas empresarias, que, emprendiendo por necesidad han logrado crecer en el mercado.

Sin embargo, no es tan claro que haya una correlación directa entre el crecimiento que puede adquirir una empresa y el nivel educativo de las empresarias. En la Tabla 3, por ejemplo, si se toma como criterio de crecimiento y éxito de las empresas, el hecho de que sus productos sean exportados, se puede ver que en todos los grupos de nivel educativo las mujeres han logrado exportar.

Tabla 3. Relación entre nivel educativo de las mujeres y exportación

Nivel educativo	Exportaciones	
	Si	No
Secundaria	1	2
Licenciatura	4	9
Maestría	3	2
Total	8	13

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de las entrevistas realizadas.

Existe una pequeña propensión en los resultados de las entrevistas, que nos permitiría afirmar que las mujeres con mayor estudio, en este caso maestrías, consiguen exportar, y es interesante anotar que estas mujeres han obtenido sus maestrías en el extranjero. Ellas mismas afirman que el hecho de haber vivido en el extranjero y realizar sus estudios les ha permitido conocer otros mercados y darse ideas para atender cierto tipo de demanda diferente a la de su país de origen.

Sin embargo, como se ha expresado anteriormente, en todos los grupos de los distintos niveles de educación alcanzados, las mujeres han logrado exportar. Se puede señalar entonces, que existen otros factores que influyen en el crecimiento e internacionalización de las empresas, como por ejemplo, las conexiones y los contactos que las empresarias hayan podido desarrollar.

Esto concuerda con el concepto de capital social, desarrollado por el sociólogo de origen francés, Pierre Bourdieu. El término se refiere a aquellos recursos que el individuo puede movilizar en su red de relaciones, a través de sus amigos y conocidos. De esta manera, parece que, en el caso de algunas empresarias entrevistadas y, específicamente de una de las empresarias entrevistadas, Iby Pallarico, quien tienen una empresa de confección de ropa de bebés la cual exporta a varios países de América Latina, su red de contactos y las conexiones la han ayudado a alcanzar cierto nivel de crecimiento y sostenibilidad.

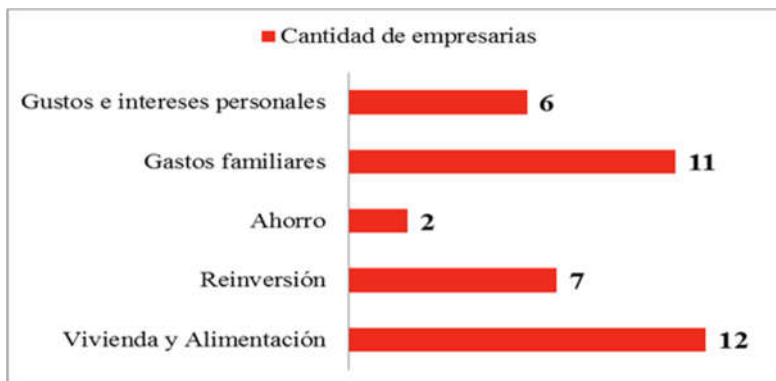
Salario de las empresarias y destino del gasto. De acuerdo a la bibliografía consultada, un tema central en los estudios empresariales y de género tiene que ver con la diferencia salarial entre mujeres y hombres, así como el destino del gasto de los ingresos. Los resultados de las entrevistas muestran que los salarios, que se han asignado se encuentran en el rango que se encuentra en el mercado boliviano, dependiendo del rubro, de las condiciones laborales, del tipo de contrato, etc.

Un dato muy importante es que en la mayoría de los casos los ingresos del salario de las empresarias son considerados por ellas mismas como complementarios a otros ingresos de la familia.

Otro dato imprescindible es conocer el destino del salario de las empresarias. En esta pregunta se indagó solamente el destino principal, y en algunos casos se obtuvo una respuesta múltiple, por lo que se agregaron todas las respuestas y el Gráfico 3 proyecta un número mayor de respuestas que el número de empresarias consultadas. Las respuestas indican que en la gran mayoría de los casos los salarios se destinan a gastos de alimentación, vivienda y gastos generales de la familia, esto incluye pago de servicios, educación de los hijos, entre otros aspectos. También es significativo, aunque menos, a la reinversión. En el caso de las seis respuestas que indican destinar sus salarios a gastos de interés personal, lo interesante es

anotar que las empresarias que dieron esta respuesta son las mujeres que viven solas, ya sean solteras o divorciadas.

Gráfico 3. Destino del salario de las empresarias (en número de personas)



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de las entrevistas realizadas.

Representación gremial de las empresarias. La mayor parte de las entrevistadas, el 57% (12 mujeres), forma parte de gremios empresariales, especialmente de Cámaras Comerciales e Industriales. Todas reconocen que es importante pertenecer a algún grupo ya que puede ser beneficioso por la información, la red de contactos y capacitaciones que brindan. Reconocen que sería muy útil que los gremios colaboren en aspectos legales, jurídicos y formales que pueden ser costosos para cada empresaria en particular.

Empresarias / empleadoras. En el caso de la investigación, la mitad de las empresarias manifestaron su preferencia por contratar mujeres, el argumento principal es que tienen mayor habilidad para los trabajos que requiere la empresa, especialmente en manufactura. Sin embargo, todas las empresarias hicieron énfasis en que el ambiente laboral, el trato respetuoso y afectivo con los trabajadores es una de las principales fortalezas de su conducción como empresaria.

Tabla 4. Preferencia por contratar mujeres según sector alcanzado por la industria

Sector	Preferencia contratar mujeres	
	Si	No
Manufactura	7	5
Servicios al consumidor	1	1
Servicios	3	3
Construcción	0	1
Total	11	10

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados de las entrevistas realizadas.

Como muestra la Tabla 4, son especialmente las empresarias que trabajan en los sectores de manufactura en textiles, alimentos y joyas quienes tienen preferencia por contratar mujeres. Siendo el 58% de las empresarias en manufactura las que tienen preferencia.

También se destaca el hecho de que muchos de los sectores donde trabajan estas mujeres, son sectores feminizados. Es decir, existe una concentración del empresariado femenino en ese tipo de negocios. Esto tiene su raíz en dos aspectos importantes, el primero es el hecho de que siempre es más sencillo, para las mujeres, ganar aceptación en un ambiente feminizado y el segundo es que la experiencia laboral de las mujeres es más extendida en este sector (Domingo y Moltó, 1998).

Factores que favorecen la actividad empresarial de las mujeres. Respecto a la consulta sobre los factores que las entrevistadas consideran que favorecen la actividad empresarial, más allá incluso de su propia experiencia, la mayoría de las mujeres (14) han valorado la formación profesional, admitiendo que es un elemento clave para ser una empresaria exitosa.

Lo importante en este caso, de la percepción de las empresarias, es que no sólo valoran la formación de ellas, sino también de las personas que trabajan para sus empresas. Afirman que realizan las mejores acciones para contar con personal capacitado, la mayoría de ellas han realizado y apoyado procesos para capacitar a su personal en los requerimientos específicos de los puestos que ocupan, en especial las empresarias que trabajan en el campo de la manufactura.

Dado que los casos elegidos y entrevistados provienen de las experiencias en empresas formales, se preguntó sobre los factores que han influido en la decisión de emprender en el ámbito formal. Por las respuestas, todas las empresarias, desde distinta perspectiva reconocen que el mercado en el que han incursionado requiere de formalización, sea porque son exportadoras, porque han entrado a mercados que requieren facturas, o porque la formalización del empleo les brinda estabilidad laboral a los trabajadores y eso repercute a su vez en la empresa.

También se ha indagado sobre los factores que las empresarias consideran que favorecen el emprendimiento de las mujeres en Bolivia. Según los resultados de las entrevistas, el primer criterio de respuesta ha sido el de necesidad, económica y de satisfacción personal, como un aspecto impulsor a las iniciativas de las mujeres. Un segundo factor es la mayor existencia de instituciones de apoyo que facilitan capacitación, recursos y en algunos casos acceso a mercados. Un tercer factor, que es muy importante porque refiere a una combinación entre los cambios que se viven para las mujeres en todo el mundo y en Bolivia, es el lugar donde se vive porque permite el acceso a ciertos recursos exclusivos y mano de obra calificada, la clase social de la que se proviene y los valores de las mujeres.

Factores que limitan la actividad empresarial de las mujeres. Así como se han podido identificar factores que facilitan la iniciativa de las mujeres y su incursión en la creación de empresas, la investigación también consultó sobre los factores que se pueden identificar como limitantes.

En Bolivia, según las mujeres entrevistadas, lo más difícil de ser una mujer emprendedora y empresaria, es el equilibrio entre el trabajo y las tareas del hogar, estas respuestas coinciden con el sector de mujeres que tienen hijos pequeños y que tienen que dedicarles mucha atención y apoyo en esta etapa de sus vidas.

Sobre aspectos generales, que no incluyen solamente su experiencia personal, sino más bien su percepción general del país, las mujeres entrevistadas han convenido en afirmar que uno de los factores limitantes del emprendimiento femenino en Bolivia es el machismo. En un 61% consideran que existe este fenómeno en el país y que se manifiesta en la imposición del rol social que la mujer debe cumplir como cuidadora exclusiva de los hijos y del hogar.

El otro 39% ha identificado que la principal dificultad para iniciar un negocio es el capital de arranque y el proceso de formalización y sostenibilidad de la empresa. En cuanto al financiamiento, se ha puesto especial atención porque en la literatura es identificado como un problema sustancial, es por eso que diversas políticas de apoyo se concentran en este tema.

Las empresarias que no accedieron a créditos formales, encontraron dificultades cuando tuvieron la intención de acceder a uno. Entre esas dificultades, se encuentran: lo complicado de la documentación, el tiempo que tardan los bancos en aprobar los créditos, las tasas que son percibidas como muy altas y la gran cantidad de garantías que piden los bancos. Sin embargo, también hay que advertir que el 53% de las empresarias accedieron a un crédito informal, entre ellas se encuentran tanto las que accedieron a crédito formal y las que no lo hicieron. Es decir que recurrieron a préstamos de amigos y familiares, más que todo porque el dinero se necesitaba de forma inmediata para cumplir compromisos de producción, capital de operaciones y pago de sueldos. Esto apoya la evidencia, que muestra que, aunque un país tenga mayores niveles de inversión en capital de riesgo, esto no beneficia a las emprendedoras de manera automática y esto tiene mucho que ver con la regulación, que juega un papel esencial, no sólo en aumentar la disponibilidad de capital de riesgo sino también en asignar este capital a las mujeres emprendedoras (WEVentureScope, 2013).

Finalmente se indagó sobre los factores de discriminación, violencia y otros que están presentes en la bibliografía y que se comentan en la vida diaria del país, aspectos que se vio desde la perspectiva de las mujeres empresarias entrevistadas. Los resultados son muy interesantes para los estudios de género en particular. La mayor parte las entrevistadas (67%) (14 empresarias) no ha experimentado situaciones de acoso moral, sexual, ni discriminación durante su desempeño como empresarias. Todas ellas admiten que este tipo de situaciones afectan más a las mujeres que a los hombres. Sin embargo, aseguran que afecta más a las mujeres cuando se encuentran en una situación de dependencia laboral, es decir que son empleadas sin precisar de qué sector de empleo se trata. En este sentido, es posible concluir que, el haber incursionado como propietarias y gerentes de una empresa las ha empoderado no sólo financieramente, sino social, moral y personalmente.

V. CONCLUSIONES Y DESAFÍOS

Se ha evidenciado que la mayor parte de las mujeres dirigen empresas pequeñas y, sin embargo, en algunos casos, el mantener el tamaño en una escala pequeña es una elección de las empresarias porque esto les permite combinar el trabajo del hogar y el de la empresa con mayor flexibilidad ya que la mayor parte de ellas son casadas.

Además, la mayor parte de las entrevistadas son emprendedoras por oportunidad quienes han aprovechado un conocimiento específico sobre un sector o mercado para iniciar su negocio. Sin embargo, no existe correlación entre la motivación para emprender y el grado de éxito de la empresa, como tampoco entre el nivel educativo y el grado de desarrollo de la empresa. Lo cual pone en evidencia que existen otros elementos que pueden llevar un negocio al éxito, como es el capital social, entendido como las redes de contactos que tienen las empresarias.

Sobre las características personales de las empresarias entrevistadas, se puede citar que las empresarias tienen edades variadas entre los 30 hasta los 60 años, lo cual ha enriquecido los resultados obtenidos. La mayor parte de ellas tienen estudios superiores de licenciatura y maestría, lo cual está relacionado con la motivación para emprender ya que la mayoría de las emprendedoras por oportunidad tienen niveles de educación superior y de mejor calidad que la mayoría de las emprendedoras por necesidad.

En cuanto a los sectores económicos que abarcan las empresarias entrevistadas, la mayoría dirigen empresas que se encuentran en el sector de la transformación, especialmente en el sector de la manufactura. Los mercados abarcados por las empresarias son locales, nacionales e internacionales. El 38% (ocho mujeres) de las empresarias exportan, la mayoría se encuentran en el sector manufacturero y una del rubro de servicios de desarrollo Web. Sus principales mercados son Estados Unidos, Europa y algunos países de América Latina como Perú, Chile, Brasil y Colombia.

En cuanto a los salarios percibidos por las empresarias, estos varían entre USD. 430 y 1.580 de forma mensual, siendo este salario, complementario al de sus parejas (en el caso de las mujeres casadas). Usualmente, este ingreso es utilizado para cubrir gastos familiares como la educación de los hijos, además de la vivienda y la alimentación.

La mayor parte de las empresarias entrevistadas (57%), forman parte de grupos empresariales, entre los que se destacan la Cámara de Comercio y la Cámara de Exportadores. Sin embargo, sólo tres de las 21 empresarias son representantes de estos grupos, mostrando la baja representatividad que tienen las mujeres en este tipo de gremios empresariales.

Si se hace referencia a la creación de empleos, las empresarias entrevistadas, contratan capital humano. El 58% del total de las empresarias del sector manufacturero, tienen preferencia por contratar mujeres. Esto pone de relieve que, ciertos sectores como los textiles y los alimentos, son sectores tradicionalmente de mujeres, ya sea por un tema cultural, educativo o económico.

Sobre los factores que impulsan el emprendimiento femenino, es posible afirmar que, el factor preponderante para facilitar la actividad emprendedora de las mujeres es el fortalecimiento de los niveles educativos de las mismas. Además de la importancia del apoyo familiar y la consolidación de redes y amistades. También se resalta la utilidad del uso del Internet y Redes Sociales para mantener la visibilidad de las empresas y que las empresarias puedan permanecer en contacto con sus proveedores y clientes.

Por otro lado, existen diversos factores limitantes de la actividad empresarial para las mujeres entrevistadas. Uno de ellos, se refiere a lo difícil que puede ser mantener un adecuado equilibrio entre el trabajo y el hogar. Otro factor limitante es la falta de capital humano calificado para realizar el trabajo que el negocio implica.

Posiblemente la conclusión más importante es la que ha resultado del diálogo respecto a las formas de discriminación, acoso y violencia contra las mujeres. En este campo existe un consenso, entre las empresarias entrevistadas, de que el haber incursionado como propietarias y gerentes de sus propios negocios las ha empoderado no sólo financieramente, sino también social, moral y personalmente, lo que las vuelve menos vulnerables ante las manifestaciones de discriminación y violencia contra la mujer, aspectos que la sociedad está intentando combatir.

A futuro, es importante generar condiciones apropiadas y favorables para que las mujeres sigan el camino del emprendimiento. Para esto, se deben promover una serie de acciones para facilitar las iniciativas de las mujeres en el empresariado formal.

Primero se identifican los desafíos propios de las mujeres, individuales y colectivos y se plantea un desafío de las mujeres de desarrollarse como líderes fuertes y seguras en la toma de decisiones. Además, es importante que estas empresarias exijan mayor

corresponsabilidad y ayuda en las tareas del hogar a sus parejas para lograr la conciliación de sus vidas laborales y familiares. Uno de los mayores desafíos de las empresarias es la formación de redes de contactos para mejorar el capital social de las empresas que ellas dirigen.

En cuanto al mercado al cual se dirigen sus empresas, las mujeres empresarias deben buscar la sostenibilidad del mercado. Las empresarias deben buscar acceder a mercados estables, donde la posibilidad de crecimiento es real y la rentabilidad de la empresa es demostrable. Para esto, es también importante construir empresas que puedan brindar servicios al Estado ya que es un comprador grande y permanente.

Todo lo dicho hasta ahora, lleva a pensar que es indispensable mejorar la representatividad de las mujeres empresarias, una posibilidad es que las mujeres empresarias organicen sus propios gremios empresariales, de manera que fortalezcan su perspectiva y capacidad de negociación, tanto con los gremios empresariales mayores, como con el Estado.

Segundo, se identifican los desafíos de Políticas Públicas, en los que el Estado juega un papel importante al desarrollar un ambiente propicio para el emprendimiento femenino. En este sentido, el Estado puede estimular el apoyo y compromiso de diferentes actores sociales en las tareas del cuidado infantil y familiar. Además de asegurar la educación superior de manera igualitaria para los hombres y las mujeres, promocionando la inclusión de las mujeres en las diversas áreas educativas.

Por otro lado, el Estado debe asegurar que la formalización de las empresas sea un proceso sencillo, con beneficios reales. De esta manera, las empresas optarán por la formalidad antes que la informalidad, ya que, les va a generar beneficios que de otra forma no pueden adquirir. Es indispensable que el Estado promueva la igualdad de género a través de la generación de normas que regulen las cuotas de empleabilidad en las empresas. En este sentido, también puede trabajar con las Instituciones Financieras para que validen las capacidades económicas de las empresarias y éstas puedan acceder a créditos.

Por último, es importante citar los desafíos de las instituciones y empresas privadas, las cuales deben adoptar ciertas medidas de igualdad de género en el lugar de trabajo y poner énfasis en la preparación de las mujeres como líderes.

Es importante para las empresas progresar en la situación de la empresa en el tema de la igualdad de género. Todo esto, debe incluir objetivos como: alcanzar el equilibrio de género en los paneles de contratación, además de eliminar las diferencias salariales por sexo y asegurar la representación de las mujeres en todos los niveles directivos de la empresa.

Un punto importante es el de desarrollar programas que ayuden a equilibrar la vida profesional de las mujeres con sus responsabilidades familiares. Esto puede trabajarse desde la creación de guarderías en la empresa, hasta el desarrollo de talleres de concientización para los empleados y empleadas de la empresa sobre la importancia de este tipo de iniciativas en el lugar de trabajo.

Existen muchos estudios para comprender mejor la situación de las mujeres en la economía, en especial en el sector micro empresarial informal, así como existe también una preocupación muy amplia para superar los obstáculos que se les puedan presentar. Sin embargo, existen menos estudios, sobre todo en nuestro medio, especializados en el ámbito formal de la economía, y menos aún en el sector de las mujeres empresarias que incursionan en este ámbito. Como se pudo ver en los resultados de las entrevistas, existen experiencias exitosas y las oportunidades son enormes, por lo que un país como Bolivia tiene aquí una oportunidad complementaria para diversificar su economía, ampliar la participación de su sociedad en la economía, y lo principal, valorar el trabajo y el esfuerzo de su población.

Las mujeres, como otros grupos postergados, aunque han dado grandes avances, requieren una colaboración especial de los gobiernos y del sector privado. Aquí solamente se han expuesto algunas ideas al respecto, y se concluye con convencimiento que es necesario incentivar mayores estudios sobre las mujeres en el ámbito formal empresarial, de manera que se comprenda mejor las posibilidades y características de este sector, diferenciando entre regiones, tipos de empresas y mercados, además como una forma de monitorear los avances que se vayan logrando, así como los retrocesos que pueden ocurrir.

BIBLIOGRAFÍA

- Acs, Z. y Amorós, J.E. (2008). Entrepreneurship and competitiveness dynamics in Latin America. *Small Business Economics*. Vol. 31 (3), 305-332.
- Acs, Z., Autio, E., Bosma, N. Coduras, A. y Levie, J. (2009) *Global Entrepreneurship Monitor [GEM], 2008. Executive Report*. Massachusetts, Estados Unidos: Global Entrepreneurship Research Association.
- Alarcón M., Dorado R. y Sousa A. Panel 1. Desarrollo de Pymes y generación de empleo y renta como foco de inclusión social. En: XII Seminario Internacional de países Latinos Europa-América. La Gestión Contable, Administrativa y Tributaria en las Pymes e integración Europa-América. 23-24 de junio de 2006. Santa Cruz, Bolivia.
- Amorós, J.E. y Bosma, N. (2014) *Global Entrepreneurship Monitor [GEM], 2013. Global Report: Fifteen years of assessing entrepreneurship across the Globe*. Londres, Inglaterra: Global Entrepreneurship Research Association.
- Banco Mundial. (2010) *Mujeres empresarias: Barreras y Oportunidades en el Sector Privado Formal en América Latina y el Caribe*. Washington D.C.: Banco Mundial.
- Bolivia (República de Bolivia) (1997) *Código de Comercio de Bolivia*. Bolivia: Estado Plurinacional de Bolivia.
- Bourne, K., Calás M. y Smircich, L. (Julio de 2009). Extending the Boundaries: Reframing “Entrepreneurship as Social Change” through Feminist Perspectives. *The Academy of Management Review*. Vol. 34 (3).
- Brush, C., Greene, G., Litovsky, Y. y Kelley, D. (2013) *Global Entrepreneurship Monitor [GEM] 2012 Women’s report*. Massachusetts, Estados Unidos: Global Entrepreneurship Research Association.
- Castiblanco, S.E. (Diciembre de 2013). La Construcción de la Categoría de Emprendimiento Femenino. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Militar Nueva Granada*. Vol. XXI (2), 53-66.
- Domingo, T. y Moltó, L. (1998). “El empresariado femenino en Europa”. En: *La actividad laboral femenina en el sur de Europa* (pp. 137-141 y 144-148). Valencia, Italia: Institut Universitari d’Estudis de la Dona.
- Duflo, E. (Diciembre de 2012). Women Empowerment and Economic Development. *Journal of Economic Literature*. Vol. 50 (4), 1051-1079.

Economic and Social Council [UNECOSOC]. (2013, Junio 6). Empower Young Women through Technology. Watch Hangout with Geena Davis [Archivo de video]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=4yYTTpYeHjs

Espinoza, G. (1 de mayo de 2015). La brecha salarial en Bolivia. Economía Bolivia. Recuperado de <http://www.economiabolivia.net/2015/05/02/la-brecha-salarial-en-bolivia/>

Estado Plurinacional de Bolivia (2009) Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia. Bolivia: Estado Plurinacional de Bolivia.

Fernández M.A. (2010) Global Entrepreneurship Monitor [GEM]: Reporte Nacional Bolivia 2010. La Paz, Bolivia: Maestrías para el Desarrollo de la Escuela de la Producción y la Competitividad, Universidad Católica Bolivia “San Pablo”.

Fernandez, P.R. (26 de enero de 2012). Pierre Bourdieu: El Capital Social. Homenaje de los sociólogos peruanos al maestro, colega y amigo. Recuperado de <http://pabloraulfernandez.blogspot.com/2012/01/el-capital-social-es-un-concepto-con.html>

Global Entrepreneurship and Development Institute [GEDi] (2013) Reporte de Economía y Desarrollo: Emprendimientos en América Latina, desde la subsistencia hacia la transformación productiva. Estados Unidos: Banco de Desarrollo de América Latina (CAF).

González, J. (2007) El fin del mito masculino: la entrada en el siglo de la mujer (pp. 188.-190) Barcelona, España: Erasmus Ediciones.

Imaña, G. (17 de mayo de 2015). Emprendedoras mejoran su producción con apoyo de YENTE. La Razón. Recuperado de http://www.la-razon.com/suplementos/financiero/Emprendedoras-mejoran-produccion-apoyo-Yente-financiero_0_2271372979.html

Instituto Nacional de Estadística [INE] (2014) Un pincelazo de las estadísticas con base a datos de censos: Datos relevantes del Censo Nacional de Población y Vivienda 2012 y de la Boleta Comunal del Primer Censo Agropecuario del Estado Plurinacional. Bolivia: Estado Plurinacional de Bolivia.

Instituto Nacional de Estadística [INE] (2013). Cuentas Nacionales. Producto Interno Bruto Anual. Recuperado de <http://www.ine.gob.bo/indice/general.aspx?codigo=40201>

Instituto Nacional de Estadística [INE] (2013). Estadísticas Sociales. Brecha de género en el ingreso promedio mensual en la ocupación principal. Recuperado de <http://www.ine.gob.bo/indice/EstadisticaSocial.aspx?codigo=30701>

LeBrasseur, R., Nagarajan, K. y Robuchaud, Y. (Junio de 2010). Necessity and Opportunity-driven entrepreneurs in Canada: An investigation into their characteristics and an appraisal of the role of Gender. *Journal of Applied Business & Economics*. Vol. 11 (1), p.59

Mena, A.M. [Ana María Mena]. (2014, Junio 9). La teoría de Pierre Bourdieu en el campo de la educación. [Archivo de video] Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=dz1w1ZrIvV4>.

Organización Internacional del Trabajo [OIT] (2015) *La mujer en la gestión empresarial: Cobrando Impulso*. Ginebra, Suiza: OIT.

Organización Internacional del trabajo [OIT] (2015) *Informe mundial sobre salarios 2014/2015: Salarios y desigualdad de ingresos*. Ginebra, Suiza: OIT

Powers, J. y Magnoni, B. (2010) *A business to call her own: Identifying, Analyzing and Overcoming Constraints to Women's Small Businesses in Latin America and the Caribbean*. Washington, D.C.: Inter-American Development Bank.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD] (2014) *Informe sobre Desarrollo Humano 2014. Sostener el Progreso Humano: Reducir la vulnerabilidad y construir la resiliencia*. Nueva York, Estados Unidos: PNUD.

Querejazu, V., Fernández, M.A., Larrea C. y Zavaleta, D., (2012) *Mujeres y emprendimiento en Bolivia-2011: Áreas Urbana y Periurbana*. La Paz, Bolivia: Escuela de la Producción y la Competitividad, Universidad Católica Boliviana "San Pablo".

Reynolds, P., Hay, M. y Camp, M. (1999) *Global Entrepreneurship Monitor [GEM] 1999: Executive Report*. Kansas City, MO.: Kauffman Foundation.

Rivera-Mata, Juan (2012) *Liderazgo, mujer y sociedad en América Latina*. Lima, Perú: Universidad del Pacífico.

The Economist. Intelligence Unit. (2013) *Women's Entrepreneurial Venture Scope [WEVentureScope]*. Londres, Inglaterra: The Economist.