

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ECONOMÍA**



**PARTICIPACIÓN DE LAS MYPE LIDERADAS POR MUJERES EN EL MERCADO
DE COMPRAS PÚBLICAS DE EL SALVADOR, PERIODO 2011-2017**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO POR:

MARTELL CHACÓN, JUAN MARCOS

MENJÍVAR LARA, PEDRO JAIME

QUEZADA HERNÁNDEZ, BRENDA MARÍA

**PARA OPTAR AL GRADO DE:
LICENCIADO(A) EN ECONOMÍA**

MAYO 2019

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR:	Msc. Roger Armando Arias Alvarado
SECRETARIO GENERAL:	Lic. Cristóbal Hernán Ríos Benítez
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS:	Msc. Nixon Rogelio Hernández Vásquez
SECRETARIA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS:	Licda. Vilma Marisol Mejía Trujillo
DIRECTORA DE ESCUELA DE ECONOMÍA:	Licda. Celina Amaya de Calderón
COORDINADOR GENERAL DEL PROCESO DE GRADUACIÓN CIENCIAS ECONÓMICAS:	Lic. Mauricio Ernesto Magaña Menéndez
COORDINADOR DEL PROCESO DE GRADUACIÓN DE LA ESCUELA DE ECONOMÍA:	Msc. Erick Francisco Castillo Rivas
DOCENTE ASESOR:	Msc. María Ángela Rodríguez de Melara
JURADO EXAMINADOR:	Licda. Ada Kelly Pineda Larin Msc. María Ángela Rodríguez de Melara Msc. Erick Francisco Castillo Rivas

MAYO 2019

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

AGREDECIMIENTOS

A Dios por permitirnos llegar hasta este punto y darnos salud y sabiduría para lograr este objetivo, además de su infinita bondad y amor. A nuestra asesora Msc. Ángela Rodríguez, por cada corrección y paciencia para alcanzar la meta. Al Msc. Erick Castillo por su dedicación y orientación. A Licda. Kelly Pineda, Jefa de la Unidad de Género de CONAMYPE por su apoyo para partir y finalizar la investigación. Y a todas personas empresarias que tomaron su tiempo para brindarnos la información necesaria.

Juan, Pedro y Brenda

Gracias a Dios por permitirme disfrutar de un nuevo amanecer y darme fuerzas para llevar mis estudios y mi trabajo en conjunto. Gracias a mis padres por su apoyo, amor, dedicación y paciencia, gracias a mi madre que nunca dejó de creer en mí aun cuando yo lo hice. Gracias a mis hermanos que siempre encontraban una oportunidad para alentarme a seguir y concluir mis estudios, gracias a mis cuñados, con su ejemplo me mostraron que nunca es tarde para cumplir tus metas. Gracias a todos mis amigos que, con sus bromas pesadas, pero con amor, me ayudaron a tomar fuerzas cuando muchas veces faltaron. Gracias a la vida por este nuevo triunfo y nos vemos a la próxima.

Juan Marcos Martell Chacón

A Dios en primer lugar por brindarme salud, sabiduría y paciencia para enfrentar los retos personales, familiares y académicos en el transcurso de mi formación. A mi madre por darme la vida y ser el pilar fundamental a través de sus consejos, valores, motivación y desvelos junto a mí. A mis hermanos/as por su apoyo incondicional y ser el verdadero ejemplo de superación de que “cuando se quiere se puede”. A mis amigos/as por apoyo mutuo en nuestra formación profesional. Finalmente, a todos los maestros/as que estuvieron presentes cada etapa de mi formación dejando un cumulo de conocimientos que sin duda alguna serán claves para el diario vivir.

Pedro Jaime Menjívar Lara

A Dios y mamita María por escuchar cada oración y darme la perseverancia necesaria. A mi papi y mi mami por su sacrificio y terapias motivacionales en momentos que sentía rendirme. Los amo inmensamente son los mejores papás del mundo. A mis hermanos Charlie y Dany por apoyarme en mis proyectos y estar para mí. A mi abuelita Vilma Flamenco por brindarnos una mano de apoyo en los momentos más difíciles. A Heri por acompañarme y cuidarme en todo momento. A mis tíos/as: Lore, Lety, Quike, Estela y Marisol. A mi madrina Zulma, mis primos/papás Oscar y Noemy y mis amigas Brend y Yoha gracias por su apoyo y amor incondicional cuando los he necesitado.

Brenda María Quezada Hernández

INDICE

RESUMEN EJECUTIVO	i
INTRODUCCIÓN	iii
1. CAPÍTULO I: MARCO REFERENCIAL	1
1.1. Marco normativo	1
1.1.1. Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública	1
1.1.2. Ley de Igualdad, Equidad y Erradicación de la Discriminación de las Mujeres	2
1.1.3. Política Nacional para el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa	3
1.1.4. Ley de Fomento Protección y Desarrollo para la Micro y Pequeña Empresa	4
1.1.5. Plan Nacional de Igualdad	7
1.2. Marco conceptual	9
1.2.1. Brecha de género	9
1.2.2. Equidad de género	9
1.2.3. Igualdad de género	10
1.2.4. Contratación pública	10
1.2.5. Mecanismos de contratación pública	10
1.2.6. Discriminación contra la mujer	11
1.2.7. Estereotipo de género	11
1.2.8. Género	13
1.2.9. Invisibilización de la mujer	13
1.2.10. Machismo	13
1.2.11. Roles de género	13
1.2.12. Trabajo productivo	14
1.2.13. Trabajo reproductivo	14
1.3. Marco teórico	14
1.3.1. Economía Feminista y Economía del Cuidado	14
1.3.2. Enfoques oficialistas de políticas públicas sobre mujeres	16
1.3.2.1. Enfoque Mujeres en el Desarrollo (MED)	16
1.3.3. Enfoques alternativos de políticas públicas sobre mujeres	18
1.3.3.1. Enfoque Emancipación	18
1.3.3.2. Enfoque Empoderamiento	19
1.3.3.3. Enfoque de Género en el Desarrollo (GED)	19
1.3.4. Políticas públicas con perspectiva de género	21
1.3.4.1. Criterios para transversalizar el enfoque de género	22
1.3.4.2. Alcance de las políticas públicas con perspectiva de género	23

1.3.4.3.	Elementos centrales de la política pública	23
1.3.4.4.	Ciclo de las políticas públicas con enfoque de género	25
2.	CAPÍTULO II: PERFIL EMPRESARIAL DE LAS MUJERES PROPIETARIAS DE LAS MYPE EN EL SALVADOR.....	29
2.1.	Características generales	29
2.1.1.	Clasificación según segmento empresarial.....	29
2.1.2.	Clasificación según actividad económica de las personas propietarias	31
2.1.3.	Edad promedio de la empresa.....	32
2.1.4.	Empleos generados.....	33
2.1.5.	Prestaciones laborales.	34
2.1.6.	Ventas brutas promedio mensual	36
2.1.7.	Edad promedio de las personas empresarias.	38
2.1.8.	Escolaridad promedio.	39
2.2.	Activos tangibles	41
2.2.1.	Propiedad de local	41
2.2.2.	Crédito.....	42
2.3.	Activos intangibles	47
2.3.1.	Formalización	47
2.3.2.	Capacitación	48
2.3.3.	Asistencia técnica	50
2.3.4.	Nivel de organización empresarial.....	51
3.	CAPÍTULO III: PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES PROPIETARIAS DE LAS MYPE EN EL MERCADO DE COMPRAS PÚBLICAS.	53
3.1.	Situación de las compras estatales	53
3.1.1.	Categorías de las compras estatales.	53
3.1.2.	Clasificación de las compras estatales	54
3.1.3.	Metodología para cuantificar la demanda del Estado	56
3.1.3.1.	Identificación de la fuente y captura de la información.....	56
3.1.3.2.	Cuantificación de las compras del Estado periodo 2011-2017.	57
3.2.	Situación de la oferta de los proveedores.....	61
3.2.1.	Concursantes en el mercado de compras públicas	61
3.2.2.	Principales instituciones compradoras del Estado.	64
3.2.3.	Años de proveer al Estado.	65
3.2.4.	Ventas realizadas al Estado por las personas propietarias de MYPE.	65

3.2.5. Periodicidad de pago por el Estado por las ventas realizadas	65
3.3. Análisis de los factores internos.	66
3.4. Análisis de los factores externos	68
3.5. Conclusiones	72
3.6. Recomendaciones	74
BIBLIOGRAFÍA	77
ANEXOS	82

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1:Objetivo y ejes estratégicos de la Política Nacional Para el Desarrollo de las MYPE	4
Tabla 1.2:Objetivo y líneas estratégicas de la Plan Nacional de Igualdad.....	8
Tabla 1.3:Estereotipos de género.	12
Tabla 1.4:Clasificación de las políticas públicas desde la perspectiva de género.	25
Tabla 2.1:Criterios de clasificación de las MYPE.....	29
Tabla 2.2:Montos otorgados por BANDESAL y FOSOFAMILIA, año 2017.....	45
Tabla 3.1:Adquiciones de bienes y servicios versus compras a la MYPE, periodo 2011-2017.....	58

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 2.1:Propietarias/os de las MYPE según sector económico, año 2017 (en %).	31
Gráfico 2.2:Edad promedio de las MYPE según sexo y tamaño de las empresas (en %).	33
Gráfico 2.3:Ocupados por las MYPE según sexo y tamaño de las empresas, año 2017 (en %).	34
Gráfico 2.4:Pago de prestaciones laborales según sexo y tamaño de las empresas (en %).	35
Gráfico 2.5:Ventas brutas mensuales, según sexo y tamaño de las empresas (en %).	37
Gráfico 2.6:Edad de las personas propietarias, según sexo y tamaño de las empresas, (en %).	39
Gráfico 2.7:Escolaridad promedio de las personas propietarias de las MYPE (en %)	41
Gráfico 2.8:Acceso a local para negocio según sexo y tamaño de las empresas (en %).	42
Gráfico 2.9:Acceso al crédito según sexo y tamaño de las empresas (en %).	43
Gráfico 2.10:Fuentes de financiamiento según sexo y tamaño de las empresas (en %)	44
Gráfico 2.11:Montos de crédito otorgados según sexo y tamaño de las empresas (en %)	45
Gráfico 2.12:Tasas de interés según sexo y tamaño de las empresas (en %).	46
Gráfico 2.13:Formalización de las MYPE según sexo y tamaño de las empresas (en %).	47
Gráfico 2.14:Acceso a capacitación según sexo y tamaño de las empresas (en %).	49
Gráfico 2.15:Asistencia técnica según sexo y tamaño de las empresas (en %).	50
Gráfico 3.1:Compras realizadas por el gobierno por estrato empresarial, periodo 2011-2017 (en millones de US\$).	57
Gráfico 3.2:Compras por parte de las entidades de gobierno a las MYPE, periodo 2011-2017 (en millones de US\$).	59
Gráfico 3.3:Entidades de gobierno con información reportada en COMPRASAL al año 2017.	60

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1:Enfoques oficialistas de políticas públicas sobre mujeres.....	18
Figura 1.2: Enfoques alternativos de políticas públicas sobre mujeres.	21
Figura 1.3:Ciclo de las políticas públicas	27
Figura 3.1:Situación de compras del Estado	61

SIGLAS Y ABREVIATURAS

BANDESAL	Banco del Desarrollo de El Salvador
BH	Banco Hipotecario
CEDAW	Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer
CONAMYPE	Comisión Nacional para la Micro y Pequeña Empresa
COMPRASAL	Sistema Electrónico de Compras Públicas Salvadoreño
DIGESTYC	Dirección General de Estadísticas y Censos
FOSOFAMILA	Fondo Solidario para la Familia Microempresaria
GED	Género en el Desarrollo
GEM	Global Entrepreneurship Monitoreo (Monitoreo Global de la Actividad Emprendedora)
ISDEMU	Instituto Salvadoreño para el Desarrollo de la Mujer
LEIV	Ley Especial Integral para una Vida Libre de Violencia para las Mujeres
LIE	Ley de Igualdad, Equidad y Erradicación de la Discriminación contra las Mujeres
LACAP	Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública
MED	Mujeres en el Desarrollo
MINEC	Ministerio de Economía
MYPE	Micro y Pequeña Empresa
OCDE	Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico
OIT	Organización Internacional del Trabajo
PNM	Política Nacional de la Mujer
SELA	Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe
UNAC	Unidad Normativa de Adquisiciones y Contrataciones
UACI	Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucionales

RESUMEN EJECUTIVO

Las Micro y Pequeñas empresas son de vital importancia para desarrollar las economías latinoamericanas. En El Salvador no es diferente, según estimaciones de CONAMYPE, alrededor del 97% del parque empresarial son MYPE. De acuerdo a dichas estadísticas, las MYPE se vuelven claves para el desarrollo productivo, económico y social del país, como fuente generadora de empleos e ingresos y de bienestar para el entorno familiar, ya que alrededor del 32% de las personas ocupadas están siendo empleadas por éstas.

Al profundizar más en estos datos, se observa la importancia que toman las mujeres dentro del sector. Cerca del 60% de las MYPE son propiedad de las mujeres, que en su mayoría se concentran en sectores económicos de poco valor agregado como comercio y servicio.

En la búsqueda de potenciar el desarrollo integral de las mujeres y lograr condiciones de equidad e igualdad con los hombres, en 2011 entra en vigencia la Ley de Igualdad, Equidad y Erradicación de la Discriminación contra las Mujeres donde se retoman temas de autonomía económica, salud integral, cuidado y protección social.

Una de las vías directas de apoyo estatal a las MYPE es por medio de la adquisición de bienes y servicios. Por ello en el año 2019, se reforma el Art. 39-C de la Ley de Adquisiciones y Contratación de la Administración Pública (LACAP), obligando a las entidades estatales asignar el 25% de adquisiciones y contrataciones de bienes y servicios a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPYME). Donde se destaca que 10% de este debe ser destinado exclusivamente para aquellas MIPYME que son lideradas por mujeres.

Se realizó una encuesta de consulta dirigida a los propietarios y propietarias de MYPE, buscando evidenciar la condición de desigualdad entre hombres y mujeres, con especial enfoque en el acceso al mercado de compras públicas. Se encuestó una muestra representativa de 182 personas, 127 de San Salvador, 34 de Santa Ana y 21 de San Miguel; 98 mujeres y 84 hombres en total.

Con la información recabada fue posible determinar que el sector de las empresas lideradas por mujeres, siguen teniendo una participación menor en el mercado de compras públicas que los hombres dadas las asimetrías de género en el acceso a créditos, información, sectores de actividad económica, capacitación y asistencia técnica que posicionan a las empresas lideradas por mujeres en desventaja frente a las empresas que son liderados por hombres.

Las estadísticas muestran que las mujeres, emprenden por necesidad económica, más que la identificación de una oportunidad o deseo de desarrollar una idea innovadora. Estas características demuestran el porqué del mayor número de empresas propiedad de mujeres no están formalizadas.

Finalmente se logró identificar que los múltiples roles que desempeñan las mujeres, los plazos prolongados de pago por parte del Estado, se convierten en obstáculos para participar en el mercado de compras públicas, de igual forma aquellas que participan no logran firmar contratos por tener producción limitada, precios elevados e inconsistencias en las ofertas presentadas al no tener pleno conocimiento de los términos en que compra el Estado

INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como tema “Participación de las MYPE lideradas por Mujeres en el Mercado de Compras Públicas de El Salvador período 2011-2017” abordando la situación empresarial y las dificultades que enfrenta a diario para centrarse en el funcionamiento de su empresa.

La participación de mujeres y hombres en las diferentes actividades económicas está determinada por la asignación de roles y prácticas diferenciadas a través de la división sexual del trabajo. Si bien el análisis de la economía tradicional, excluye estos factores, cada vez más existen estudios que ponen de manifiesto la importancia de replantear el análisis de la economía desde enfoques alternativos. Las diferencias entre hombres y mujeres en términos de empleo e ingresos se mantienen debido a estereotipos de género en cuanto a habilidades, liderazgo, maternidad, entre otros, que segregan la participación de las mujeres en sectores como el de servicios y comercio, considerados de baja productividad, informalidad y limitado acceso a créditos por no cumplir con los requisitos exigidos por las instituciones financieras. Estas percepciones de las habilidades empresariales de las mujeres y la mayor dedicación de ellas al trabajo no remunerado combinado con la casi nula participación de los hombres en el trabajo doméstico y de cuidados, suponen obstáculos para que se integren al mercado de compras públicas en condiciones de igualdad.

Con la finalidad de beneficiar y fomentar el desarrollo y crecimiento de las MYPE el gobierno ha generado esfuerzos en materia de instrumentos de política pública que facilitan la formalización y el ingreso del segmento empresarial al mercado en condiciones más favorables, para ello, en 2007 nace el proyecto de apoyo a las MYPE relacionado con las compras gubernamentales bajo la responsabilidad del Ministerio de Economía (MINEC-CONAMYPE, 2012), con el objetivo de desarrollar un conjunto de servicios con énfasis en el uso de Tecnología de la Información y la Comunicación (TIC), para fomentar la participación de las MYPE en las compras del Estado.

A pesar de estos esfuerzos las mujeres siguen enfrentando mayores dificultades para firmar contratos con el Estado, debido a limitada tecnología, capacitación y asistencia técnica, falta de recursos

financieros o por las múltiples tareas que deben realizar en el hogar; las que logran firmar un contrato lo hacen con montos relativamente bajos por el tipo de bienes y servicios que ofrecen, en tal sentido el tejido empresarial que aprovecha más la oportunidad de participar en el mercado de compras públicas es el liderado por hombres, puesto que, se concentran en los sectores que más demanda el Estado como el sector construcción.

Se realiza una comparación entre hombres y mujeres en el acceso al mercado de compras públicas con estadísticas proporcionadas por la Unidad Normativa de Adquisiciones y Contrataciones con el fin de evidenciar el problema de la baja participación de las mujeres en dicho mercado, para el año 2017 un total de 465 microempresas y 510 pequeñas empresas propiedad de mujeres registrando montos de venta al Estado en promedio de US\$76.3 millones, a diferencia de los hombres en las que 884 son microempresas y 1,212 son pequeñas empresas registrando montos de venta promedio de US\$301.2 millones, demostrando que las mujeres obtienen contratos de menor cuantía como resultado de los sectores económicos en que se desarrolla.

Para efectos de la investigación se plantean las siguientes preguntas: ¿Cuál es el nivel de participación de las mujeres propietarias MYPE en el mercado de compras públicas?, ¿En qué condiciones socioeconómicas se encuentran las mujeres propietarias de MYPE?, ¿Qué tipos de productos compra el Estado a las MYPE?, ¿Cuáles son los factores internos y externos que inciden en las mujeres propietarias de MYPE para el aprovechamiento del mercado de compras públicas?, que se pretende dar respuesta por medio de los objetivos planteados, que son: determinar la participación de las MYPE lideradas por mujeres en el mercado de compras públicas; caracterizar el perfil empresarial de las mujeres propietarias de MYPE en relación a empleo, edad de las empresas, actividad económica, educación y propiedad de activos tangibles e intangibles; cuantificar la participación de las mujeres propietarias de MYPE en el mercado de compras públicas y determinar los factores que potencian y limitan a las mujeres propietarias de MYPE para el aprovechamiento del mercado de compras públicas.

Las hipótesis que se formulan en el plan de investigación son: las mujeres propietarias de MYPE se desarrollan en condiciones diferentes a la de los hombres limitando su participación en el mercado de compras públicas; el desempeño de las mujeres propietarias de las MYPE está determinado por su perfil empresarial; las compras públicas realizadas a las mujeres propietarias de las MYPE son bajas porque la mayoría se dedican a actividades económicas en la rama de comercio y servicio; las mujeres propietarias de las MYPE se encuentran en condiciones diferentes a los hombres impidiendo potencializar sus fortalezas y aprovechar las oportunidades del entorno.

El espacio temporal que se tomó como referencia fue del año 2011 al 2017, en razón que en el 2011 se decide un porcentaje de compras públicas a las MIPYME.

En cuanto a la delimitación geográfica, debido a que el sector de las MYPE se encuentra distribuido en todo el territorio nacional, para efectos de consulta directa se centró en los Centros Regionales de CONAMYPE de los municipios: San Salvador, San Miguel y Santa Ana quienes tienen mayor registro de personas empresarias con mayor nivel de formalización, requisito fundamental para participar en el mercado de compras públicas.

La metodología a utilizar será de carácter descriptiva tomando como referencia el enfoque mixto puesto que el desarrollo se realizó mediante herramientas de tipo cualitativo y cuantitativo. Los métodos utilizados fueron la inducción y la deducción el primero porque se tomaron las estadísticas elaboradas de forma directa con las(os) empresarias(os) MYPE para evaluar su participación en el mercado de compras públicas y el segundo porque se hará uso de leyes y teorías que fundamenten la investigación, así como de estadísticas generales que sirvan para comparar los datos obtenidos en el trabajo de campo. Las técnicas de levantamiento de información han sido la encuesta, entrevista y FODA por medio de los instrumentos: cuestionario, guía de preguntas y matrices.

El desarrollo de la presente investigación está estructurado de la siguiente manera. El capítulo uno muestra los aspectos históricos y la evolución tanto teórica como conceptual de la mujer empresaria

exponiendo los siguientes enfoques: economía feminista y economía del cuidado, enfoque oficialista de políticas públicas sobre mujeres, enfoque alternativo de políticas públicas sobre mujeres y políticas públicas con perspectiva de género, además en este capítulo se muestran las leyes que respaldan al sector MYPE de El Salvador.

En el capítulo dos se presenta el perfil empresarial de las personas propietarias de las MYPE haciendo una comparativa entre hombres y mujeres evidenciando brechas de género en aspectos relacionadas a la propiedad de activos tangibles e intangibles, educación, actividad económica que desarrollan, empleos, formalización y organización.

En el capítulo tres se aborda la situación de la demanda (Estado) y la situación de la oferta (proveedores), aclarando que la situación de la demanda se presenta de forma general ante la dificultad para identificar estadísticas oficiales de la participación de las mujeres, solo se encuentra disponible en la plataforma de COMPRASAL las compras que registran las entidades del Estado el sector MYPE. Para la situación de la oferta se hizo el esfuerzo mediante consulta directa desagregar por sexo, evidenciando a los obstáculos que impiden que concursen los factores que impiden firmar un contrato con el Estado.

Luego se expone un conjunto de factores que impulsan e impiden la participación de la mujer en el mercado de compras públicas por medio de un análisis FODA, las Fortalezas y Debilidades como factores internos y Oportunidades y Amenazas como factores Externo.

En el mismo capítulo se presenta una serie de conclusiones y recomendaciones, estas últimas encaminadas a tratar de influir en la política pública ante los diferentes problemas que enfrentan las mujeres empresarias con el fin de que logren mejorar sus condiciones y alcancen autonomía económica, mediante el aumento de su participación en el mercado de compras públicas.

1. CAPÍTULO I: MARCO REFERENCIAL

En el capítulo se describen las diferentes Leyes y/o Políticas que se han venido promoviendo para potenciar el desarrollo de las MYPE y en particular incluir el enfoque de género a fin de dignificar las condiciones de las mujeres, así también aquellos conceptos, teorías y enfoques que explican la investigación.

1.1. Marco normativo

El Estado salvadoreño ha realizado esfuerzos a nivel institucional e interinstitucional en respuesta a la importancia que las MYPE tienen para el país por el aporte al crecimiento económico y generación de empleo, según DIGESTYC del 92% de las microempresas el 57% son propiedad de mujeres y el 43% son propiedad de hombres, a diferencia de la pequeña empresa el 74% es propiedad de hombres y el 26% de pequeñas empresas propiedad de mujeres, en particular operan en la economía informal donde no siempre ofrecen la misma seguridad laboral y son poco competitivas por lo que resulta importante para el Estado avanzar en la construcción y promulgación de propuestas de Ley en razón de propiciar condiciones para que las MYPE propiedad de mujeres y hombres desarrollen sus iniciativas económicas, introduciendo medidas que nivelen las condiciones particulares producto de sus socialización de género y así lograr que aprovechen las oportunidades económicas. Para ello se abordan los diferentes esfuerzos:

1.1.1. Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública

El 5 de abril de 2000, la Asamblea Legislativa dio vida a la LACAP, la que ha venido reformándose a lo largo de los años.

Con la finalidad de beneficiar y fomentar el desarrollo y crecimiento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPYME), en marzo de 2019 se reforma el Art. 39-C de la LACAP contemplando:

- a.** Facilitar el acceso a la MIPYME para que puedan cumplir con la normativa correspondiente.

- b. Adquirir o contratar a la MIPYME al menos un 25% del presupuesto anual destinado para adquisiciones y contrataciones de bienes y servicios, siempre que estas garanticen la calidad de los mismos.
- c. Procurar la contratación de las MIPYME nacionales y locales.

1.1.2. Ley de Igualdad, Equidad y Erradicación de la Discriminación de las Mujeres

Esta Ley es aprobada por la Asamblea Legislativa el 17 de marzo de 2011 y publicada en el Diario Oficial el 8 de abril del mismo año, busca dar cumplimiento a la Convención sobre la Eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer (CEDAW), que prohíbe todo tipo de discriminación contra las mujeres.

El Estado ha tomado conciencia que la igualdad entre mujeres y hombres es una condición indispensable para el logro de una sociedad democrática. Dar cumplimiento a la igualdad implica tratar a las mujeres con igual protección de sus derechos y si hay normas que discriminan a las mujeres estas deberán ser eliminadas o reformadas.

Según el Art. 2 el objetivo y naturaleza de la Ley es “crear las bases jurídicas explícitas que orientarán el diseño y ejecución de las políticas públicas que garantizarán la igualdad real y efectiva de mujeres y hombres, sin ningún tipo de discriminación, en el ejercicio y goce de los derechos consagrados legalmente”.

“El Organismo Rector para promover y apoyar la implementación de la presente Ley en todas las instancias del Estado, es el ISDEMU, que deberá adecuar sus funciones para garantizar el cumplimiento de la misma” (Asamblea Legislativa, 2011, pág. 9).

El Art. 24 establece que el gobierno garantizará la igualdad y no discriminación de las mujeres en su participación económica a través de los organismos directamente vinculados al fomento y gestión del desarrollo económico y en coordinación con los organismos competentes de la materia, realizará acciones

que contribuyan a la participación activa e igualitaria de mujeres y hombres en las decisiones, disposición y control de los medios de producción que les permitan igualdad en el acceso al desarrollo económico y a las oportunidades del goce de sus beneficios, con el propósito de potenciar la autonomía económica de las mujeres el ISDEMU en alianza con los organismos competentes gestionará la creación y fortalecimiento de las empresas de mujeres mediante el desarrollo de las siguientes actividades: a) Procesos de formación, b) Asistencia técnica, c) Transferencia tecnológica, d) Incentivos fiscales, e) Acceso a créditos blandos, f) Oportunidades de comercialización y g) Impulso a la competitividad solidaria.

1.1.3. Política Nacional para el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa

A finales del 2012 la CONAMYPE promovió la elaboración de la Política Nacional para el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa como compromiso asumido por la gestión del Presidente Mauricio Funes, en el Plan Quinquenal de Desarrollo 2010-2014 (PQD), relacionado con la transformación productiva, la redistribución de la riqueza en los territorios y la atención especial a las personas propietarias de MYPE, con el fin de contribuir al desarrollo económico y social del país a través de la ampliación, cualificación y democratización de la base empresarial y transformación del sistema productivo para generar empleo decente e ingresos bajo una perspectiva de equidad e igualdad de género.

Un factor relevante de esta política es que incorpora el enfoque de género como elemento vertebral que pretende desplegar los esfuerzos de apoyo al desarrollo de las MYPE poniendo énfasis especial en asumir y transformar las desventajas de las mujeres que están al frente de estas.

Tabla 1.1:Objetivo y ejes estratégicos de la Política Nacional Para el Desarrollo de las MYPE

Objetivo	Ejes estratégicos
Fortalecer desde una perspectiva territorial y de género, las capacidades competitivas y productivas de las MYPE y su incursión ventajosa y posicionamiento sostenido en los mercados local, nacional e internacional para convertirlas en actores claves del desarrollo nacional	Financiamiento
	Legalización y tributación
	Acceso a mercados
	Desarrollo empresarial y capacitación
	Gremialización
	Competitividad, tecnología e innovación

Fuente: Elaborado a partir de Política Nacional para el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa, 2013.

El desarrollo de la política vino a consolidarse en Ley la que se presenta a continuación.

1.1.4. Ley de Fomento Protección y Desarrollo para la Micro y Pequeña Empresa

Fue aprobada por la Asamblea Legislativa el 25 de mayo de 2014 y entra en vigencia a partir del 28 de mayo del mismo año al ser publicada en el diario oficial. Se elaboró como producto de un proceso participativo liderado por CONAMYPE a través de consultas desde el año 2010 en conjunto con diferentes instituciones públicas y privadas de apoyo a asociaciones, gremios, ONG, academias, instituciones financieras, parlamentarios y empresarias y empresarios de las MYPE, propiciando el primer documento que contiene un marco jurídico que incentiva condiciones favorables para el desempeño y competitividad de las MYPE, en respuesta a diferentes necesidades de las mismas esta Ley se reforma el 15 de noviembre del 2017.

Según el Art. 2. El objetivo y naturaleza de la Ley es “Fomentar la creación, protección, desarrollo y fortalecimiento de la competitividad de las MYPE a fin de mejorar su capacidad generadora de empleos y de valor agregado a la producción, promover un mayor acceso de las mujeres al desarrollo empresarial en condiciones de equidad. Constituye además el marco general para la integración de las mismas a la economía formal del país mediante la creación de un entorno favorable, equitativo, incluyente, sostenible

y competitivo para el buen funcionamiento y crecimiento de este sector empresarial” (Asamblea Legislativa, 2014, pág. 6).

También se detalla en el Art. 2 que la Ley tiene como finalidad estimular a las MYPE en el desarrollo de sus capacidades competitivas para su participación en los mercados nacional e internacional, su asociatividad y encadenamientos productivos, facilitando su apertura, desarrollo, sostenibilidad, cierre y liquidación a través de:

- a.** Establecer las bases para la planeación y ejecución de las actividades encaminadas a la articulación de las MYPE con el desarrollo territorial.
- b.** Instaurar un sistema de coordinación interinstitucional como instrumento de apoyo a las políticas de fomento y desarrollo de las MYPE que armonice la gestión que efectúan las diversas entidades públicas y privadas.
- c.** Promover la creación de una cultura empresarial de innovación, calidad y productividad que contribuya al avance en los procesos de producción, mercadeo, distribución y servicio al cliente de las MYPE.
- d.** Promover la facilitación y simplificación de procedimientos administrativos en trámites con entidades del Estado.
- e.** Promover la existencia e institucionalización de programas, instrumentos y servicios empresariales de fortalecimiento y desarrollo de las MYPE con énfasis en aquellos dirigidos a mejorar la situación y las necesidades de las mujeres emprendedoras y empresarias.
- f.** Ampliar de manera efectiva las políticas de fomento y desarrollo de las MYPE, promoviendo una mayor coordinación entre el sector público y privado.
- g.** Promover el acceso a servicios y recursos financieros para las MYPE, el incremento de la producción, la constitución de nuevas empresas y la consolidación de las existentes.

Es importante también hacer alusión al Art.21, que establece que las instituciones gubernamentales que tengan relación con la micro y pequeña empresa, asociativa o individual, llevarán a cabo la

simplificación de los trámites administrativos que se realicen ante ellas. A tal fin, elaborarán anualmente sus respectivos planes de simplificación de trámites, con fundamento en los siguientes lineamientos:

- a) Suprimir aquellos trámites innecesarios que incrementen el costo operacional y hagan menos eficiente a la administración pública.
- b) Simplificar y mejorar los trámites, reduciendo los requisitos y exigencias a las empresarias y empresarios, estableciendo instrumentos homogéneos que faciliten su registro y control, dejando sólo los indispensables para cumplir con el propósito de los mismos.
- c) Utilizar al máximo los elementos tecnológicos, incorporando controles automatizados que minimicen la necesidad de estructuras de supervisión y de control adicionales.
- d) Revisión de los instrumentos utilizados, a fin de eliminar las barreras formales e informales que limitan u obstaculizan el acceso de las empresas y particularmente de las mujeres empresarias y emprendedoras, a los servicios de desarrollo de las MYPE.
- e) Utilizar la plataforma informática para la realización virtual de trámites de inicio, operación y cierre de negocios.
- f) Los planes deberán contener las propuestas de reformas de Leyes y reglamentos, cuando correspondan.

El Art. 26, hace alusión a que CONAMYPE apoyará a personas emprendedoras y empresarias dueñas de micro o pequeñas empresas en el cumplimiento de sus obligaciones formales, a través de capacitaciones, apoyo técnico y legal.

En materia de compras gubernamentales el Art. 30 establece que las instituciones del Estado fomentarán y promoverán la participación de las MYPE en igualdad de condiciones en las compras del Estado, estableciendo los mecanismos de participación, en consulta con CONAMYPE quien monitoreará y publicará por lo menos cada tres meses el cumplimiento del porcentaje de compras que las entidades del Gobierno realicen a las MYPE en la página web u otro medio que la institución establezca, considerando el cumplimiento de lo establecido por la Ley.

Así también en el Art.31 ordena que en las contrataciones y adquisiciones de bienes y servicios las entidades del Estado deberán considerar los ofertados por las MYPE, priorizando las del lugar en donde se está demandando el bien o servicio, previendo la adecuación de las especificaciones técnicas requeridas y que sean ofrecidos en condiciones similares de calidad, oportunidad y precio. En las especificaciones técnicas de compra, las instituciones públicas deberán definir las compras a las MYPE, y éstas deberán ser publicadas en el portal electrónico de COMPRASAL, el cual deberá ser de fácil acceso y comprensión por las MYPE.

El tiempo de cancelación se establece en el Art. 32 donde se manifiesta que las instituciones del Estado deberán cancelar los bienes y servicios adquiridos por parte de las MYPE, en un tiempo máximo de 30 días a partir de haberlos recibido de no hacerlo están obligados a resarcir en favor de las MYPE por incumplimiento de cancelaciones haciendo efectivo el pago de una compensación equivalente al interés legal mercantil sobre las sumas adeudadas.

1.1.5. Plan Nacional de Igualdad

El Plan Nacional de Igualdad es el resultado del compromiso de cada una de las instituciones por hacer cumplir los mandatos establecidos en la Ley de Igualdad, Equidad y Erradicación de la Discriminación contra las Mujeres, además constituye la principal herramienta de política pública del Estado salvadoreño en materia de igualdad para las mujeres con alcance nacional, sectorial y municipal.

Los principales desafíos para el avance de la igualdad y no discriminación están relacionados con los siguientes ejes (ISDEMU, 2016):

Las líneas estratégicas de autonomía económica tienen por finalidad garantizar a las mujeres salvadoreñas el acceso en condiciones de igualdad a los recursos económicos incluidos tierra, crédito, capacitación técnica y profesional, visibilizar el aporte de su trabajo a la economía nacional, a través del trabajo remunerado como del no remunerado.

Tabla 1.2:Objetivo y líneas estratégicas de la Plan Nacional de Igualdad

Objetivos	Estrategias
<p>Eje Autonomía Económica</p> <p>Avanzar hacia la eliminación de las desigualdades y la discriminación de las mujeres en las esferas económica y laboral, con miras a promover el alcance real de su autonomía económica.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aumentar el acceso y control de las mujeres a los activos tangibles e intangibles que permitan crear condiciones sostenibles para la generación de ingresos. • Garantizar la incorporación de las mujeres al mercado laboral en condiciones de igualdad y no discriminación, así como el cumplimiento de sus derechos laborales. • Incorporar dentro de las esferas económica, política, social y jurídica el reconocimiento del trabajo reproductivo.
<p>Eje Cuidado y Protección Social</p> <p>Garantizar que las políticas públicas de protección y provisión social incorporen de forma estratégica y operativa el enfoque de igualdad sustantiva y promuevan activamente la corresponsabilidad de hombres y mujeres, sociedad y Estado en el cuidado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Incorporar el enfoque de género en las estrategias y programas de protección social y combate a la pobreza. • Avanzar en la incorporación del enfoque de género en el funcionamiento de los sistemas provisional y de seguridad social. • Diseño de la política integral de Cuidado de personas dependientes, asegurando disponibilidad de oferta de servicios de cuidados accesibles y de calidad. • Incorporar el enfoque de género en las estrategias y programas de protección social y combate a la pobreza.
<p>Eje Educación y cultura para la igualdad.</p> <p>Las mujeres salvadoreñas ejercen su derecho a educación y cultura libre de discriminación en todo su ciclo de vida.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Incrementar el acceso y permanencia de las mujeres en los procesos de educación sin discriminación. • Incorporar contenidos educativos para la deconstrucción de patrones que reproducen la discriminación por razón de sexo. • Incentivar la eliminación de prácticas que promuevan desigualdad. • Incrementar el acceso y permanencia de las mujeres en los procesos de educación sin discriminación.

Fuente: Elaborado a partir de Plan Nacional de Igualdad , 2016.

En cuanto a cuidado y protección social pone como centro de abordaje los esfuerzos para promover la redistribución equitativa y justa del trabajo de los cuidados, la incorporación y ampliación progresiva de los servicios Estatales de cuidado y la incorporación de reformas a los regímenes de protección y previsión social. Además, constituye un eslabón estratégico para avanzar en autonomía económica de las mujeres considerando reconocer los obstáculos que la división sexual del trabajo impone a las mujeres.

El eje de educación y cultura para la igualdad establece líneas de acción que promueven el acceso de las mujeres a una educación de calidad a través de modalidades flexibles, el ingreso a carreras no tradicionales, disminución del analfabetismo y permanencia en el sistema educativo. Además, propone un modelo de desarrollo cultural que aporte a la transformación colectiva que promuevan las relaciones de igualdad entre mujeres y hombres.

1.2. Marco conceptual

1.2.1. Brecha de género

Es una construcción analítica y empírica que surge de la diferencia entre las categorías de una variable en relación con las tasas masculinas y femeninas. Destaca las desigualdades existentes entre hombres y mujeres en cualquier ámbito en relación con el nivel de participación, acceso a oportunidades, derechos, poder e influencia, remuneración y beneficios, control y uso de los recursos que les permiten garantizar su bienestar y desarrollo humano. Las brechas de género se expresan en todas las áreas del desempeño económico, social, cultural, sanitario, etc. Se fundan en la jerarquización de las diferencias entre varones y mujeres y se expresan de distinta manera según el área que se trate (IAM, 2017).

De acuerdo a la Ley de Igualdad, Equidad y Erradicación de la Discriminación contra las Mujeres (Asamblea Legislativa, 2011), se define equidad, igualdad de género y violencia económica como:

1.2.2. Equidad de género

“Son las acciones que conducen a la igualdad. Por lo cual las instituciones del Estado deberán hacer uso de las acciones positivas, como instrumentos de justicia social y como mecanismos de corrección que

eliminen las discriminaciones y desigualdades de hecho entre mujeres y hombres. Para el empleo de dichas acciones, pondrán especial atención en aquellos colectivos de mujeres en cuya situación y posición concurren múltiples discriminaciones”.

1.2.3. Igualdad de género

“Un derecho individual y colectivo de las mujeres y los hombres a recibir igual respeto, trato y protección de los derechos económicos, políticos, civiles, culturales, sociales y garantías consagrados en la Constitución y en las leyes secundarias. Donde la plena realización de la igualdad real se da a través de la protección, aplicación y cumplimiento de las obligaciones derivadas de los derechos establecidos en el ordenamiento jurídico, así como en las normas, decisiones, procedimientos, prácticas y acciones administrativas de las instituciones públicas del Estado. Donde se goza de equiparación de condiciones e igualdad de beneficios, justos y equivalentes, iguales oportunidades para realizarse intelectual, física y emocionalmente, así mismo, presupone el derecho a las mismas condiciones sociales de seguridad, remuneraciones y condiciones de trabajo, tanto para mujeres como para hombres”.

1.2.4. Contratación pública

Es el procedimiento encaminado a que el Estado adquiera los bienes o los servicios que necesita para cumplir su misión o encomiende la construcción de obras necesarias para el desarrollo del mismo (Ministerio de Hacienda, 2006).

1.2.5. Mecanismos de contratación pública

Los mecanismos para proceder a la celebración de los contratos, está regulado por la LACAP (2000), estos son las siguientes:

- **Licitación o concurso público:** Procedimiento básico por medio del cual se invitan públicamente a todas las personas naturales o jurídicas interesadas en proporcionar consultorías de servicios especializados, con predominio intelectual y de carácter no permanente.

- **Libre Gestión:** procedimiento por el que las instituciones adquieren bienes o servicios relativos a sus necesidades ordinarias, disponibles al público en almacenes, fábricas o centros comerciales, nacionales o internacionales.
- **Contratación Directa:** Forma de contratación para elegir al contratista independientemente del monto una vez se ha materializado alguno de los supuestos de ley habilitantes, fundada en razones de urgencia o interés público, o las demás que la norma establece, que permite disminuir u obviar las formalidades exigidas en circunstancias normales.

1.2.6. Discriminación contra la mujer

“Denotará toda distinción, exclusión o restricción basada en el sexo que tenga por objeto o por resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio por la mujer, independiente de su estado civil, sobre la base de la igualdad del hombre y la mujer, de los derechos humanos y las libertades fundamentales en la esfera política, económica, social, cultural y civil o en cualquier otra esfera” (ISDEMU, 2018).

1.2.7. Estereotipo de género

Es la idea fija y repetida sobre lo que creemos propio de todas las mujeres y sobre lo que creemos propio de todos los hombres (ISDEMU, 2018).

El estereotipo de género tiene una serie de características sociales y culturales asociadas a la feminidad y a la masculinidad. Así lo femenino y lo masculino se refiere a una serie de atributos y cualidades que no vienen inscritos en el nacimiento, sino que las adquieren niños y niñas mediante el proceso de socialización (Lamas, 2008).

Las características que la sociedad ha impuesto a cada género provocan que las personas se comporten de cierta forma y no de otra, debido a la creencia que las mujeres deben ser sensibles, delicadas y pacientes, la sociedad les impone tareas como la cocina, costura, compras y el cuidado de otros. Estas son tareas que deben gustarle a las mujeres si quieren parecer femeninas. En cambio, la masculinidad se asocia

con actitudes como seguridad, fortaleza, razón y rebeldía, la sociedad le impone gustos como deportes, automóviles y la maquinaria (Martínez, 2013).

En la tabla 1.3 se presentan algunos de los atributos más comunes que se le asignan a lo masculino y a lo femenino.

Tabla 1.3: Estereotipos de género.

Masculino	Femenino
<ul style="list-style-type: none"> • Independencia. • Seguridad. • Razón. • Inquietud. • Aventura. • Tenacidad. • Fortaleza. • Practicidad. • Desobediencia. • Rebeldía. • Actividad. • Dominación. • Violencia. • Extroversión. • Rudeza. 	<ul style="list-style-type: none"> • Docilidad. • Inseguridad. • Sensibilidad. • Amor por el hogar. • Delicadeza. • Ternura. • Afección. • Intuición. • Miedo. • Sumisión. • Abnegación. • Responsabilidad.

Fuente: Elaborado a partir de La perspectiva de género en las políticas públicas en México: Alcances, límites y desafíos contemporáneos, 2013.

Estos atributos diferenciados y desiguales que se les han otorgado a hombres y mujeres constituyen la base de los estereotipos de género. Estos no pueden ser aceptados o rechazados conscientemente por las personas por la razón de que se ha crecido con esa idea, los estereotipos de género que adquirieron al socializar se ha fijado como si fuera algo inherente, inmutable y eterno que determina la esencia de los hombres y mujeres. Esto requiere realizar esfuerzos por el daño que pueden ocasionar a las mujeres principalmente los relativos a la obediencia y a la obligación que se les impone de realizar actividades contra su voluntad (Lamas, 2008).

1.2.8. Género

Los géneros son grupos contruidos históricamente a partir de la identificación de características sexuales que clasifican a los seres humanos corporalmente. Ya clasificados se les asigna de manera diferencial un conjunto de funciones, actividades, relaciones sociales, formas de comportamiento y normas. Se trata de un complejo de determinaciones y características, económicas, sociales, jurídicas, políticas y psicológicas, es decir, culturales que crean lo que en cada época, sociedad y cultura son los contenidos específicos de ser hombre y ser mujer (Martínez, 2013).

1.2.9. Invisibilización de la mujer

Desvalorización que hace la sociedad de las actividades realizadas por las mujeres, considerándolas como naturales. Un ejemplo claro de esto es el concepto que la sociedad tiene de los oficios domésticos o del cuidado de los animales (Lamas, 2008).

1.2.10. Machismo

Hecho, costumbre o fenómeno social y cultural, que resalta la hombría y la prepotencia de los hombres sobre las mujeres en todos los campos de la vida: social, laboral y afectiva.

1.2.11. Roles de género

De acuerdo a las características que la sociedad, la cultura y la historia han asignado a uno u otro género se pueden definirse como el papel, función o representación que juega una persona dentro de la sociedad, basado en un sistema de valores y costumbres, que determina el tipo de actividades que ésta debe desarrollar (Martínez, 2013).

Entre los tipos de roles se encuentran:

- **Triple rol:** Se entiende como la participación femenina tanto en funciones productivas como reproductivas y de gestión comunal.
- **Múltiples roles:** Se refiere al balance en una misma jornada a la vez simultáneamente, de dos o tres tipos de roles. Esta es la situación de muchas mujeres y en menor grado de los hombres.

Las mujeres tienen la tarea de balancear los múltiples roles que les son asignados encontrando a veces demandas contradictorias entre sus actividades reproductivas, productivas y comunitarias. Se ignora el hecho de que la sobrecarga de tener que balancear al mismo tiempo dos o tres roles limita a las mujeres.

El rol de género se configura como el conjunto de normas y prescripciones que dictan la sociedad y la cultura sobre el comportamiento femenino y masculino (INMUJERES, 2010).

1.2.12. Trabajo productivo

Son todas las actividades mediante las cuales se producen bienes o servicios para venderlos y obtener ingresos en dinero o en especie. Casi siempre, los trabajos productivos desarrollados por las mujeres son los menos remunerados o forman parte de la llamada “economía informal”: vendedoras ambulantes o domésticas.

1.2.13. Trabajo reproductivo

Son todas las actividades destinadas a garantizar la sobrevivencia y el bienestar de la familia. El trabajo reproductivo se divide en:

- **Trabajo Reproductivo Biológico:** Embarazo, parto y lactancia.
- **Trabajo Reproductivo Social:** Preparación de alimentos, la atención y cuidado de los integrantes de la familia y el mantenimiento del hogar, entre otros. Este trabajo produce bienes y servicios: ropa limpia, planchada, cuidados, salud, aseo y educación; gracias a los cuales, los y las integrantes de la familia recuperan sus energías para trabajar fuera de la casa o salir a estudiar.

1.3. Marco teórico

1.3.1. Economía Feminista y Economía del Cuidado

Según Nelson & Feber la Economía Feminista se define como: “una corriente de pensamiento que pone énfasis en la necesidad de incorporar las relaciones de género como una variable relevante en la explicación del funcionamiento de la economía y de la diferente posición de los varones y las mujeres como

agentes económicos y sujetos de las políticas económicas. Esta ha ido construyendo críticas y reflexiones en todos los campos temáticos de la economía, en los tres niveles de análisis: micro, meso y macro, y en relación con las distintas escuelas de pensamiento” (2003, pág. 32) .

Por su parte Rodríguez Enríquez la define como “una corriente de pensamiento heterodoxo preocupada por visibilizar las dimensiones de género de la dinámica económica y sus implicancias para la vida de las mujeres” (2015, pág. 30).

Así también Rodríguez Enríquez (2015) realiza una crítica particular a la teoría neoclásica y el paradigma dominante en la disciplina, denuncia el sesgo androcéntrico de esta mirada que atribuye al hombre económico (*homo economicus*) características que considera universales para la especie humana, pero que son propias de un ser humano varón, blanco, adulto, heterosexual, sano y de ingresos medios. La racionalidad del hombre económico esencial para las decisiones económicas que toma (como participar en el mercado laboral o no hacerlo), no se enfrenta con los condicionantes que impone vivir en un mundo racista, xenófobo, homofóbico y sexista. Por el contrario, cuando se reconoce y visibiliza la relación entre las relaciones sociales (y en este caso particular, las relaciones de género) y la dinámica económica, queda en evidencia el sesgo androcéntrico de la mirada económica convencional y, por ende, su incapacidad para explicar apropiadamente.

“La economía feminista se caracteriza por poner en el centro del análisis la sostenibilidad de la vida” (Perez Orozco, 2014, pág. 41).

Uno de los principales aportes de la economía feminista fue la recuperación de un debate de larga data dentro del feminismo: aquel conocido como debate del trabajo doméstico que tempranamente y en diálogo con la teoría marxista, argumentó sobre la necesidad de visibilizar el rol del trabajo doméstico no remunerado en el proceso de acumulación capitalista y las implicancias en términos de explotación de las mujeres tanto por parte de los capitalistas como de los cónyuges (Zuazúa & Rodríguez Enríquez, 2010).

La revitalización de este debate dentro del campo económico dio lugar a la promoción del concepto de Economía del Cuidado, que como tal tiene recortes difusos y es en sí mismo un objeto en permanente discusión. En un sentido amplio el concepto se refiere a: “Todas las actividades y prácticas necesarias para la supervivencia cotidiana de las personas en la sociedad en que viven incluye el autocuidado, el cuidado directo de otras personas (la actividad interpersonal de cuidado), la provisión de las precondiciones en que se realiza el cuidado (la limpieza de la casa, la compra y preparación de alimentos) y la gestión del cuidado (coordinación de horarios, traslados a centros educativos y a otras instituciones, supervisión del trabajo de cuidadoras remuneradas, entre otros)” (Esquivel, 2011, pág. 21).

“El cuidado permite atender las necesidades de las personas dependientes por su edad o por sus condiciones/capacidades (niños y niñas, personas mayores enfermas o con algunas discapacidades) y también de las que podrían auto proveerse dicho cuidado.” (Rodríguez Enríquez & Pautassi, 2005, pág. 15).

1.3.2. Enfoques oficialistas de políticas públicas sobre mujeres.

1.3.2.1. Enfoque Mujeres en el Desarrollo (MED)

El enfoque MED¹ surgió en la Primera Conferencia Mundial sobre las mujeres que se realizó en México en el Año Internacional de las Mujeres (1975), como lucha contra la idea que las mujeres eran consideradas como neutrales por parte de la política pública (Martínez, 2013).

Surge como una crítica al “Enfoque Asistencialista del Bienestar” aplicado tras la Segunda Guerra Mundial quien concebía al hombre como único encargado de proveer a los hogares. Este negaba a las mujeres el papel de agentes del desarrollo considerándolas como simples espectadoras dependientes de los hombres dándoles un papel pasivo, reconociendo su labor reproductiva, a lo que el Estado debía responder con ayuda asistencial (Murguialday, 2010).

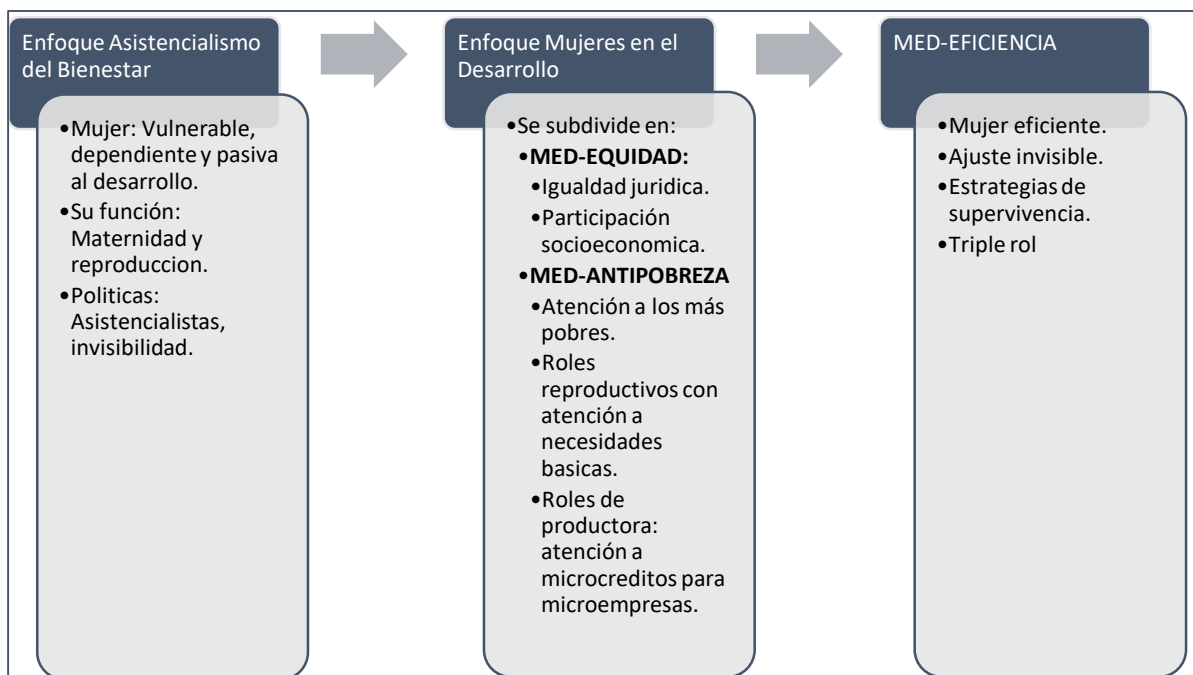
¹ Este enfoque se subdivide en tres vertientes: el MED de la equidad, el de la antipobreza y el de la eficiencia. Las tres compartían el criterio de que la mujer representaba un recurso no utilizado para el desarrollo.

Dentro de los objetivos de la conferencia se planteó un cambio político y económico en favor de las mujeres y tuvo como meta la visibilización e incorporación de las mujeres en el proceso productivo del desarrollo, trascendiendo a la función del rol reproductivo, lograr igualdad del orden legal y buscar el aumento de la participación de las mujeres en sus comunidades (Barquet & Benítez, 2012).

“Las críticas hacia el enfoque MED nace por que únicamente se concentraba en mujeres dejando completamente del lado a los hombres llegando a ser calificado de “mujeristas”. El hecho de que solo se concentraba en mujeres provocaba que las desigualdades de género no fueran atacadas desde la raíz. A pesar de esto su aportación en ese momento fue de gran relevancia, se colocaba en la agenda un enfoque donde las mujeres eran consideradas como agentes relevantes del desarrollo económico y social y no solo como agentes neutrales” (Martínez, 2013, pág. 155).

Entre las principales críticas al enfoque MED están: la sobre carga de trabajo de las mujeres generada por su incorporación en el mercado laboral y por el desempeño de actividades reproductivas en el ámbito doméstico y el uso de los términos “mujer” o “mujeres” como categorías universales en las políticas derivadas de este enfoque, pasando por alto las diferencias entre las mujeres, la falta de crítica sobre los roles tradicionales de género, y las causas estructurales de la desigualdad de género (García Prince, 2008).

Figura 1.1: Enfoques oficialistas de políticas públicas sobre mujeres.



Fuente: Elaborado a partir de Políticas de igualdad, equidad y gender mainstreaming ¿de qué estamos hablando?, 2008.

1.3.3. Enfoques alternativos de políticas públicas sobre mujeres

Los siguientes enfoques que surgieron fueron denominados “Enfoques Alternativos”, que no se consideraron como consecuencia de los oficialistas ya que significaron una ruptura frente a los enfoques previos.

1.3.3.1. Enfoque Emancipación

Este enfoque fue implementado en los países socialistas. Se centraba en buscar que las mujeres alcanzaran igualdad social, económica, educativa y de salud, aunque se le excluía por completo de los espacios públicos (Martínez, 2013).

1.3.3.2. Enfoque Empoderamiento

Surge en los países del sureste asiático y los caribeños. Este colocaba el acento en el empoderamiento de las mujeres dentro de la toma de decisiones de sus comunidades. Su debilidad radicaba en que no se posicionaba contra la desigualdad entre géneros y mucho menos desafiaba la estructura jerárquica existente (Martínez, 2013).

1.3.3.3. Enfoque de Género en el Desarrollo (GED)

Ante la crítica y la falta de resultados del enfoque MED concernientes a la situación de dominación vivida por las mujeres, surge a finales de los ochenta el enfoque Género en el Desarrollo (GED) impulsado por diversas corrientes del feminismo. Este se enfocó en las personas y en buscar la transformación de las relaciones basadas en la desigualdad entre mujeres y hombres, con el fin de lograr la equidad y la igualdad de género (Barquet & Benítez, 2012).

Las primeras corrientes de GED refutaron la percepción de los problemas de las mujeres en términos de su “sexo”, es decir, las diferencias biológicas entre mujeres y hombres, más bien recurrieron al “género”, la relación social entre mujeres y hombres mediante el cual las mujeres han sido sistemáticamente subordinadas para explicar los problemas de las mujeres. “El enfoque en el género, en vez de las mujeres, hace crítico examinar no sólo la categoría ‘mujeres’ ya que ésta es sólo la mitad de la historia sino más bien mirar a las mujeres en relación a los hombres, y la manera en que las relaciones entre estas dos categorías son socialmente construidas” (Moser, 1989, pág. 3).

Desde su creación el GED ha evolucionado y propiciado diversas acciones en las políticas. Entre ellas se encuentran las de equidad de género, que tuvieron auge a partir de los acuerdos y de la plataforma de acción de la “4° Conferencia Mundial sobre la Mujer”, Pekín, 1995². A través de las políticas diseñadas desde este enfoque, se ha buscado contrarrestar las desventajas sociales que se asocian a la discriminación

² También conocida como la “Conferencia de Beijing”.

causada por la diferencia sexual, con el objetivo de lograr la igualdad social entre mujeres y hombres (Incháustegui & Ugalde, 2004).

El enfoque GED considera que el objetivo no está solo en incorporar la categoría mujer al desarrollo, sino en analizar las relaciones entre hombres y mujeres y como éstas condicionan el impacto y la participación de ambos. (Benitez, Zabala, Diaz, & Gómez).

El GED es un enfoque “confrontacional” y su propósito es conseguir que las mujeres logren igualdad y equidad con los hombres mediante su propio empoderamiento (Moser, 1989). Es un enfoque integral que mira “la totalidad de la organización social, la vida económica y política para entender la formación de aspectos particulares de la sociedad” (Young, Wolkowitz, & McCullagh, 1981, pág. 2).

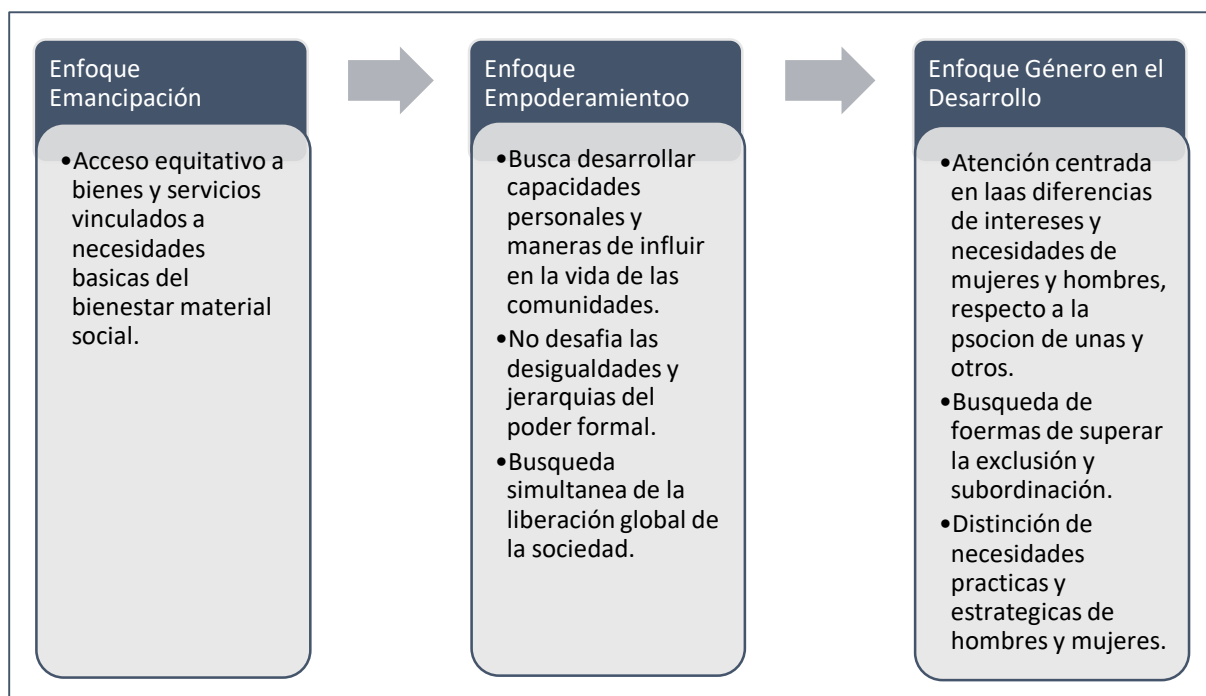
De acuerdo a la tesis doctoral de Zumbado (2003); los cuatro pilares analíticos del enfoque GED son:

1. La diferencia entre sexo y género.
2. Las relaciones sociales de género.
3. Los roles de género y la división del trabajo por género.
4. Los intereses estratégicos y prácticos de género.

Estos pilares conducen hacia la reexaminación de la esencia de las estructuras sociales del papel que juegan en la subordinación o emancipación de las mujeres y la relación que la subordinación de las mujeres tiene con otras relaciones sociales de clase, etnia y raza. Los principios de GED determinan cómo concibe el tipo de proyecto y estrategia que se ha de utilizar para mejorar la situación de las personas.

El GED continúa demandando la igualdad de género, en los últimos años se ha centrado en el desarrollo de políticas de igualdad de oportunidades, acciones positivas de equidad y transversalización de género (Martínez, 2013).

Figura 1.2: Enfoques alternativos de políticas públicas sobre mujeres.



Fuente: Elaborado a partir de Políticas de igualdad, equidad y gender mainstreaming ¿de qué estamos hablando?, 2008.

1.3.4. Políticas públicas con perspectiva de género

El enfoque de género es un modo de entender las relaciones humanas, especialmente las de poder, relaciones construidas sobre la base de las diferencias entre hombres y mujeres, pero que han devenido en inequidad y desigualdad social. Este enfoque analiza la realidad sobre la base de los conceptos sexo y género y sus manifestaciones en los distintos contextos geográficos, sociales, culturales, étnicos e históricos.

Si se considera que el género es una construcción cultural y social, y no algo innato o natural, el sistema sexo-género y las desigualdades que genera entre hombres y mujeres pueden ser transformados a partir de la intervención del Estado mediante las políticas públicas, dirigidas a alcanzar la igualdad entre mujeres y hombres.

Los resultados y el impacto de las políticas son distintos para hombres y para mujeres debido al punto de partida en que se encuentran. Las mujeres tienen menos acceso a los recursos económicos, sociales y culturales y sus condiciones materiales de vida son más precarias y de menor calidad dado los roles que les asigna la sociedad y la valoración social y económica que se les otorga (Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, 2012).

1.3.4.1. Criterios para transversalizar el enfoque de género

Para la transversalización de la perspectiva de género en las políticas públicas se debe tomar en cuenta los criterios que define la OIT (2019):

- La responsabilidad de poner en marcha la estrategia de la transversalización se extiende a todo el sistema y radica en los niveles más altos dentro de los organismos.
- Es preciso establecer mecanismos adecuados y fiables para controlar los progresos realizados.
- La identificación inicial de cuestiones y problemas en todas las áreas de actividad debería ser tal que permita diagnosticar las diferencias y disparidades en razón del género.
- Jamás habría que dar por supuesto que hay cuestiones o problemas indiferentes desde la perspectiva de la igualdad entre los géneros.
- Deberían realizarse sistemáticamente análisis por géneros.
- Para traducir la idea de la transversalización en realidades es importante una clara voluntad política y la asignación de los recursos adecuados, incluidos recursos adicionales financieros y humanos si es necesario.
- No eliminar la necesidad de elaborar políticas y programas específicamente destinados a las mujeres, así como una legislación positiva en su favor; tampoco eliminar la necesidad de unidades o coordinadores para las cuestiones de género.

1.3.4.2. Alcance de las políticas públicas con perspectiva de género

Para definir el alcance de lo que se quiere entender por hacer políticas con perspectiva de género según Valle Rodríguez & Bueno Sánchez (2006) se requiere al menos:

- Que se permita que la política sea abordada tomando en consideración las diferencias de género, la naturaleza de las relaciones entre mujeres y hombres, así como sus diferentes realidades sociales, roles, etc.
- Acometer un proceso que evalúe los efectos diferenciados sobre mujeres y hombres de las políticas, programas y medidas legislativas (propuestas o existentes) y el control de recursos en mujeres y hombres.
- Dimensionar y visualizar las diferentes condiciones y necesidades de mujeres y hombres, así como la forma en que los problemas les afectan de manera diversa.

1.3.4.3. Elementos centrales de la política pública

García Prince (2008) define los elementos centrales de una política pública:

- Las políticas públicas son productos del sistema político y corresponde al Estado como actor predominante, aunque no exclusivo o único, otorgarles la condición de instrumento formal de la acción pública.
- La propuesta de política adquiere su carácter público porque, son autoridades públicas formales y competentes, las que la invisten de legitimidad y orientan su institucionalidad, pese a que en su proceso puedan intervenir legítimamente actores no estatales.
- Toda política contiene una o varias decisiones secuenciales y articuladamente se refieren a: fines o propósitos y los medios para alcanzarlos, que han resultado de la influencia, participación de las y los actores estatales y no estatales, quienes por diversos mecanismos o procesos intervienen en la definición de la agenda pública sistémica o de la agenda política estatal o gubernamental.

- Estas decisiones dan forma o configuran un curso de acción, una vía, una hoja de ruta que debe orientar la ejecución de la política y que es instrumento referencial para su evaluación posterior y que puede expresar hacer o no hacer.
- El curso de acción que está presente en el contenido explícito de las políticas puede asumir las siguientes formas de expresión: a) Principios, elementos doctrinarios y/o valorativos que para las y los actores es necesario enunciar para dar determinado sentido, un oriente ideológico que a la política o a sus contenidos específicos, b) Normas o cláusulas normativas que son mandatos que deben ser considerados y cumplidos en el proceso de implementación y ejecución de la política, c) Objetivos y propósitos formulados en forma objetiva.
- Las políticas pueden expresarse formalmente, en forma singular o combinada, en diversos tipos de instrumentos de formulación, (las leyes y sus reglamentos, los Decretos Magnos o Decretos Presidenciales o de las o los altos ejecutivos del gobierno en sus cargos, declaraciones formales específicas de política, hasta los instrumentos de carácter administrativo y técnico, como planes, presupuestos, normativas especiales, proyectos aprobados).
- Las políticas siempre son explícitas, es decir, se expresan en un instrumento que recoge su contenido y que es un instrumento público.
- La función básica de las políticas es dar respuestas a problemas o situaciones y servir como instrumentos que fijan el rumbo de la acción pública frente a las demandas y necesidades ciudadanas.

Tabla 1.4: Clasificación de las políticas públicas desde la perspectiva de género.

Políticas	Definición
Políticas ciegas al género	Son aquellas que no consideran las necesidades e intereses concretos de mujeres y hombres de acuerdo a las diferencias y desigualdades de género. A pesar de presentarse como neutras o con beneficios para toda la población, pueden tener efectos discriminatorios hacia las mujeres y reforzar desigualdades de género o tener un impacto diferenciado para mujeres y hombres.
Políticas específicas para mujeres	Se dirigen a las mujeres como usuarias y beneficiarias. Las críticas sobre este tipo de políticas radican en que dejan al margen el cuestionamiento sobre las desigualdades de género y la transformación de las relaciones entre mujeres y hombres, lo cual puede tener como consecuencia la reproducción de desigualdades y estereotipos
Políticas sensibles al género	Toman en cuenta las diferencias de género, y con ello las diferencias de acceso y control de los recursos y del poder, las diferencias en las cargas de trabajo y las posibilidades para la toma de decisiones de mujeres y hombres.

Fuente: Elaborado a partir de La transversalización de la perspectiva de género: Una estrategia para avanzar a la igualdad, 2012.

1.3.4.4. Ciclo de las políticas públicas con enfoque de género

Dada la praxis de las políticas públicas y el impacto negativo que unas políticas ciegas al género tienen en perpetuar la discriminación contra las mujeres y la desigualdad de género, se mencionan políticas públicas con mayor potencial transformador que de forma audaz y eficaz promuevan la igualdad de género y fomenten el empoderamiento de las mujeres.

Las políticas públicas con mayor potencial transformador son aquellas que de forma audaz y eficaz promueven la igualdad de género y fomentan el empoderamiento de las mujeres. Es decir, promueven tanto la igualdad de derecho como la igualdad sustantiva. De acuerdo con la práctica existente, esto implica abordar las causas estructurales de la desigualdad, dar voz a las y los principales agentes críticos en materia de igualdad, y dotarse de mecanismos y herramientas institucionales adecuados (Lombardo, 2005).

La propuesta para el análisis de las políticas y la incidencia política, toma el marco clásico del ciclo de las políticas públicas, reconociendo la interconexión y solapamiento de algunas de estas fases en la práctica política real, e incluye una atención específica a los contenidos de género incluidos, los procesos

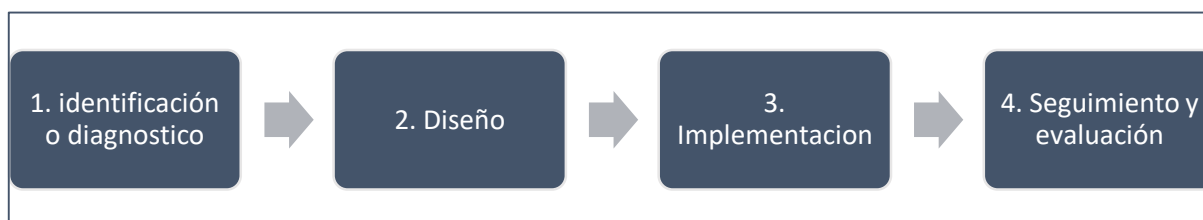
de participación promovidos y las estructuras y recursos institucionales asignados. En todo este proceso, se reconoce la intersección de la desigualdad de género con otras formas de desigualdades. De forma concreta, dirige la mirada a cuatro grandes fases en este ciclo en todas propone preguntarse: ¿Qué contenidos de género e interseccionalidad se incluyen? ¿Cómo participan mujeres, organizaciones pro-igualdad, movimiento feminista y colectivos afectados por el área de intervención? ¿Con qué estructuras y recursos institucionales se cuenta? Veamos, a continuación, cada una de estas fases según (Subirats, Knoepfel, Laure, & Varone, (2008):

- **Fase 1. Identificación o diagnóstico:** Constituye el momento en que una determinada cuestión social es conceptualizada como “problema público”. En esta fase resulta clave indagar sobre qué se identifica como problema en la política pública analizada y, desde un enfoque de género cómo se vinculan las desigualdades de género con el problema identificado y qué contenidos de género e interseccionalidad se toman en consideración en el diagnóstico. Asimismo, resulta central analizar quién tiene voz en la definición del problema y si se incluyen las demandas de las mujeres, organizaciones pro-igualdad, movimiento feminista y colectivos afectados. Todo ello además analizando las estructuras institucionales de igualdad y recursos asignados para promover la inclusión de los contenidos de género e interseccionalidad en esta fase de identificación.
- **Fase 2. Diseño:** en la misma se define un modelo de intervención sobre el problema público a abordar indicando objetivos, medidas, procesos, recursos e indicadores. En este momento, y atendiendo a cómo se aborda la igualdad es necesario examinar si la misma se reconoce dentro de los objetivos y si se definen medidas y procesos para avanzar en esta dirección. Igual, resulta central analizar si se establecen recursos específicos para promover la igualdad y se definen indicadores para medir los logros en esta materia. En este momento resulta central analizar si en la inclusión de la igualdad en el diseño se abordan las causas estructurales de la desigualdad de género y su interconexión con otros tipos de desigualdad o sólo se persigue la inclusión de las mujeres. De igual forma en esta fase también hay que dar respuesta a si se incluye la voz de las mujeres y otros agentes

claves en materia de igualdad y, si las estructuras institucionales de igualdad participan y cuentan con recursos para ello.

- **Fase 3. Implementación:** constituye la etapa durante la cual se ponen en marcha las diferentes actividades planificadas, es “generalmente mucho más compleja de lo que parece o de lo que los analistas de políticas muchas veces imaginan”. Los estudios sobre género y políticas públicas subrayan la necesidad de indagar en si se atiende a las dificultades y resistencias a las que hace frente el compromiso con la igualdad en la ejecución de las políticas. A la par resulta central indagar sobre cómo participan mujeres y agentes claves en materia de igualdad en la ejecución de las políticas, qué estructuras institucionales de igualdad están contribuyendo a la misma y qué recursos humanos, monetarios y temporales se asignan a la implementación de acciones de igualdad.
- **Fase 4. Seguimiento y evaluación:** también puede encontrarse a lo largo del ciclo de la política y no sólo como fase final, se persigue analizar cómo se va gestionando e implementando la política, así como valorar su diseño e impactos de una acción pública, entre otras dimensiones. Desde un enfoque de género, cabe indagar en si se establecen mecanismos de seguimiento y evaluación que faciliten la rendición de cuentas, el aprendizaje y la mejora, exponiendo avances y retos en términos de igualdad de género. En esta fase, también es muy importante valorar qué voces se incluyen, qué espacios de participación se definen, qué estructuras institucionales de igualdad se implican y con qué recursos.

Figura 1.3:Ciclo de las políticas públicas



Fuente: Elaborado a partir de Análisis y gestión de políticas públicas, 2008.

Avanzar en la formulación de las políticas públicas con una perspectiva de género implica en primer término la necesidad de producir un estudio-diagnóstico de género que, al identificar y describir la situación y características del objeto de estudio y transformación en cuestión, tome en consideración las diferencias entre mujeres y hombres, y en un plano causal, analizando los factores que generan desigualdades y evaluando la factibilidad de modificarlas. Consecuentemente, a partir de estudios de esta naturaleza puede avanzarse en la elaboración de propuestas de acción que procuren modificar las desigualdades de género que hayan sido detectadas. Contar con información básica, actual y confiable que permita realizar los estudios en general, y el diagnóstico en particular, tal vez, sea una de las mayores limitaciones en la dirección de incorporar la perspectiva de género en la formulación de políticas públicas (Valle Rodríguez & Bueno Sánchez, 2006).

2. CAPÍTULO II: PERFIL EMPRESARIAL DE LAS MUJERES PROPIETARIAS DE LAS MYPE EN EL SALVADOR

Se presenta en este capítulo a nivel analítico el perfil del empresariado MYPE salvadoreño con el fin de dar a conocer los retos que enfrentan en particular las mujeres en el logro y cumplimiento de los objetivos como empresarias dada la importancia que tienen en el crecimiento y generación de empleo, para ello se hace uso de estadísticas oficiales en el caso que estén disponibles a nivel desagregado por sexo y de igual forma se complementa con estadísticas recopiladas de consulta directa, dicho lo anterior se presentan los siguientes apartados:

2.1. Características generales

2.1.1. Clasificación según segmento empresarial

La estratificación de las MYPE's se hace tomando en cuenta los criterios explicitados en el artículo 3 de la Ley de Fomento, Protección y Desarrollo para las Micro y Pequeña Empresa, que son el valor de las ventas brutas anuales y el número total de personal ocupado como muestra la Tabla 2.1.

Tabla 2.1: Criterios de clasificación de las MYPE.

Clasificación	Criterios	
Microempresa	Personal Ocupado	Hasta 10 Personas
	Ingresos Brutos Anuales	Desde \$5,714.29 hasta \$121,319.40
Pequeña Empresa	Personal Ocupado	De 11 a 50 Personas
	Ingresos Brutos Anuales	Desde \$121,319.40 hasta \$ 1,212,438.43

Fuente: Elaboración propia con base en Art. 3. Ley de Fomento, Protección y Desarrollo para la Micro y Pequeña Empresa.

Se considera como microempresa, toda aquella persona natural o jurídica que opera en los diversos sectores de la economía, a través de una unidad económica con un nivel de ventas brutas anuales hasta 482 salarios mínimos mensuales de mayor cuantía y hasta 10 trabajadores. Mientras que en la categoría de pequeña empresa se encuentran las personas naturales o jurídicas que operan en los diversos sectores de la economía a través de una unidad económica con un nivel de ventas brutas anuales mayores a 482 y hasta

4,817 salarios mínimos mensuales de mayor cuantía y con un máximo de 50 trabajadores (Asamblea Legislativa, 2014).

Para el año 2017 según estadísticas de la DIGESTYC-CONAMYPE se tiene un total de 210,000 establecimientos económicos pertenecientes al segmento MYPE, de ese total 193,084 son catalogadas como microempresas representando el 92% de dicho segmento y 16,916 cumplen con los criterios para constituirse como una pequeña empresa equivalente al 8% del segmento.

Con relación a la propiedad de las empresas el estrato de microempresa es mayoritariamente liderado por mujeres con un total de 110,038 representando el 57%, a diferencia de los hombres 83,046 equivalente al 43%. A medida que se escala en tamaño de empresa se encuentra que los hombres superan a las mujeres, del total de pequeñas empresas 12,520 son propiedad de hombres y solo 4,396 de mujeres. Lo anterior infiere que las mujeres suelen emprender actividades menos productivas y por lo tanto generadoras de menores ingresos. Esta información se puede verificar en el anexo 1.

Los principales motivos que llevan a las mujeres la decisión de dedicarse a actividades bajo este esquema se debe al deseo de tener un negocio propio, contribuir al ingreso del hogar, falta de oportunidades de obtener un empleo formal y la necesidad de no descuidar las responsabilidades domésticas (CONAMYPE-ISDEMU, 2013).

Al respecto del porque el mayor número de mujeres microempresarias Valenzuela (2005) afirma que se encuentran en este segmento porque constituye una fuente importante de ingresos para sus hogares. Además, se les atribuye a las facilidades que encuentran para participar en ello como son: no exige niveles de escolaridad altos, no existe necesidad de cumplir con requisitos legales y el nivel organización es flexible permitiéndoles seguir atendiendo responsabilidades y tareas familiares.

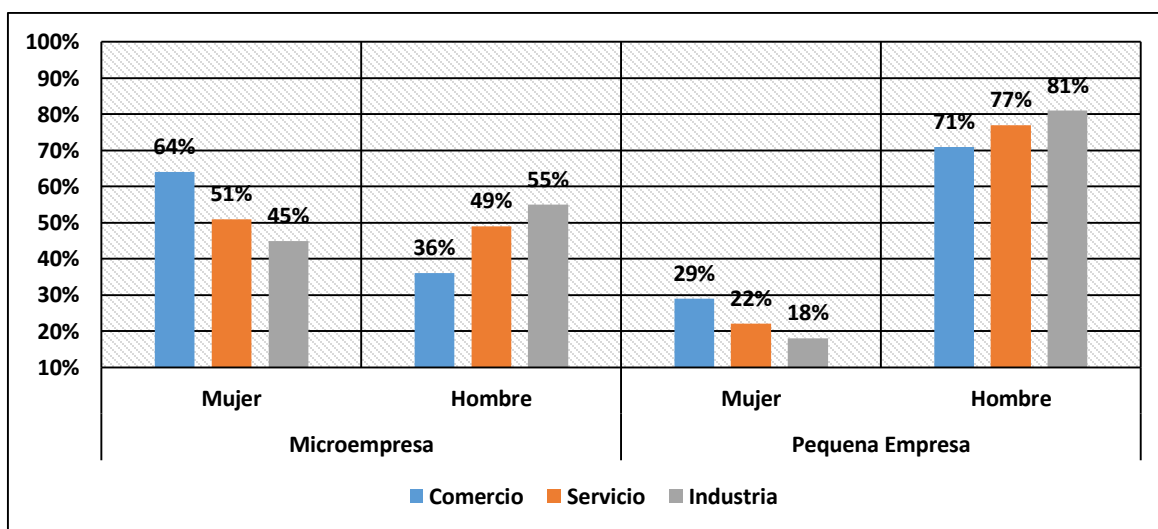
Así también el Global Entrepreneurship Monitor Women (GEM, 2013) estimó que en el mundo más de la tercera parte de las personas involucradas en una actividad de microempresas son mujeres. Asimismo, mientras que en los países con un nivel adquisitivo bajo dicha actividad es mayor, en los países

con niveles de renta más altos existen menos emprendedoras, lo que implica que muchas mujeres emprenden por necesidad.

2.1.2. Clasificación según actividad económica de las personas propietarias

Al desagregar por sexo a las personas propietarias de las MYPE en el gráfico 2.4, se visualiza que las mujeres propietarias de microempresa representan el 64% del sector comercio y el 51% del sector servicio esta situación es común en las mujeres dado que se vuelve más fácil insertarse en estos sectores al no requerirse mayor inversión inicial en maquinaria y equipo, con la diferencia que son actividades de menor valor agregado y limita la obtención de mayores ganancias, la misma situación ocurre en la pequeña empresa. Para el caso de los hombres la participación del sector industria es mayor tanto en la micro y pequeña empresa, posicionándose en sectores de mayor valor agregado.

Gráfico 2.1: Propietarias/os de las MYPE según sector económico, año 2017 (en %).



Fuente: Elaboración propia con base en estadísticas de DIGESTYC-CONAMYPE, 2017.

La gran cantidad de trámites burocráticos y los costos que implica la apertura o constitución de un negocio hacen que las mujeres microempresarias tiendan a crear sus empresas en el sector informal como son comercio y servicio, sin posibilidad de acceso a créditos teniendo dificultades para crecer (Heller, 2010).

Según Hernández & Camarena (2014) la vía de convertirse en empresaria en el sector comercio o servicio es vista como una alternativa ante la falta de oportunidades para obtener un empleo, en América Latina es más común que las mujeres inicien empresas dedicadas a estos sectores al ser el sostén secundario del hogar.

2.1.3. Edad promedio de la empresa

Como muestra el gráfico 2.2, alrededor del 45% de las MYPE, propiedad tanto de mujeres como de hombres, es más representativa la edad de 1 a 5 años, presentando por lo general dificultades para adaptarse al entorno. En cambio, la pequeña empresa, si bien es cierto sigue siendo representativa la edad de 1 a 5 años, también se observa que, en las categorías de 6 a 10 años, 11 a 15 años, 16 a 20 años son bastantes representativas, rondando el 15%.

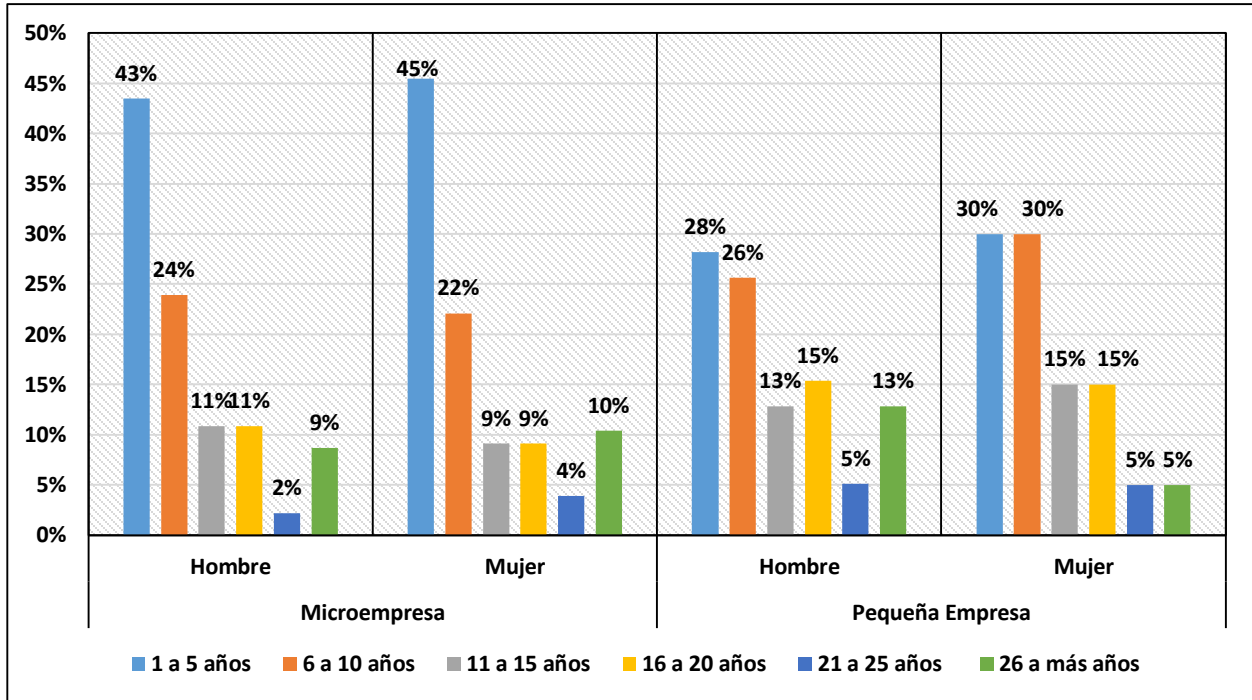
Los resultados son contundentes puesto que es un fenómeno mundial, aproximadamente el 95% de las MYPE que emprenden cada año no llegan a los primeros dos años de vida y del 5% restante solo un pequeño porcentaje llega al quinto año y un menor porcentaje llega a los 10 años, manteniéndose en un estado de supervivencia, estancada en un ciclo de poco o nulo crecimiento y poca rentabilidad. (Ladagga, 2016).

Por su parte Cruz, López, Cruz, & Meneses (2016) afirman que las principales debilidades del porque las MYPE tiene baja la esperanza de vida son:

- Dificultad para conseguir clientes.
- Inclinación por contratar trabajadores no calificados.
- Existen pocas fuentes de financiamiento.
- Dificultad para conseguir proveedores comprometidos.
- No realizan previos estudios de mercado.
- No distinguen entre lo que es calidad y precio.

- Carecen de estrategias de atención a clientes.
- No capacitación estrategias de la mercadotecnia.

Gráfico 2.2: Edad promedio de las MYPE según sexo y tamaño de las empresas (en %).



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de estudio de campo.

2.1.4. Empleos generados.

Uno de los aspectos de relevancia para el funcionamiento de las MYPE es la ocupación laboral de hombres y mujeres en el desarrollo de sus actividades productivas.

Según estadísticas oficiales de DIGESTYC-CONAMYPE las personas propietarias de MYPE tienen un total de 693,070 personas trabajadoras ocupadas, donde más de la mitad son mujeres, con un total de 352,882 puestos laborales que representan el 51%, mientras que los puestos laborales ocupados por los hombres se estiman en 338,094 lo cual representa el 49%.

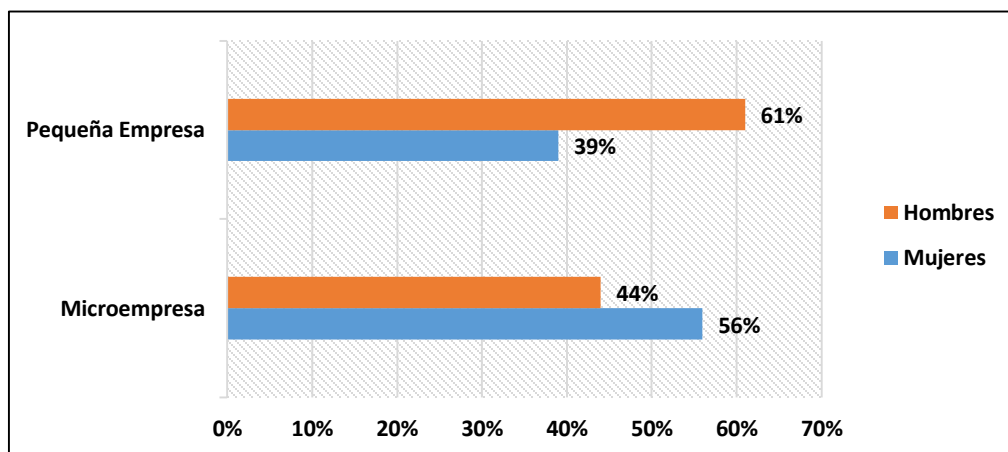
Al analizar con más detalle la ocupación por parte de las microempresas se tiene que absorben un total de 510,891 personas. Esto es importante, ya que son las microempresas que están ocupando hasta un

máximo de 10 personas trabajadoras. En cuanto al aporte de las pequeñas empresas, las estimaciones muestran que ocupan 182,180 personas trabajadoras, representando solo el 26%.

El gráfico 2.3 destaca que la participación de las mujeres es mayor que la de los hombres en la microempresa, con 56%, al relacionarlo con la cantidad de mujeres propietarias de microempresas se puede afirmar que son las mujeres las mayores generadoras de fuente de empleo.

Por su parte, la pequeña empresa, que representa un tipo de negocio más formal, la mayor parte de trabajos son ocupados por hombres con un 61% y solo 39% son ocupados por mujeres, esto se vuelve una oportunidad para otorgar capacidades a las mujeres de convertir sus negocios familiares o microempresas en pequeñas empresas.

Gráfico 2.3: Ocupados por las MYPE según sexo y tamaño de las empresas, año 2017 (en %).



Fuente: Elaboración propia con base en estadísticas de DIGESTYC-CONAMYPE, 2017.

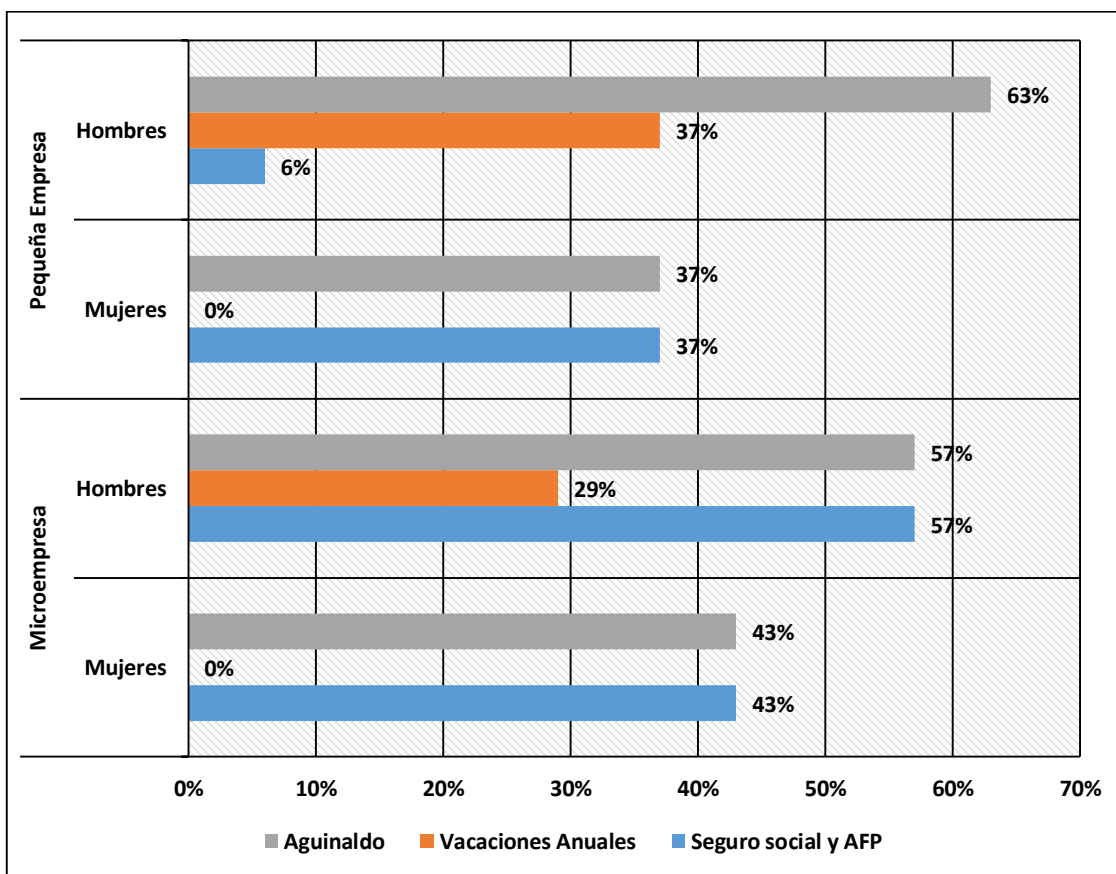
2.1.5. Prestaciones laborales.

Un aspecto preciso de profundizar en cuanto a la forma de operar de las MYPE, es el acceso de las personas trabajadoras a prestaciones laborales de Ley. Esto permite evaluar su cobertura en relación al aseguramiento de las personas trabajadoras, su grupo familiar y su bienestar al final de su edad productiva.

Los resultados obtenidos de la consulta directa muestran que solo el 20% de mujeres propietarias de microempresas pagan prestaciones laborales de Ley: seguro social, AFP y aguinaldo. A diferencia de

los hombres el 43% realizan el pago de dichas prestaciones además un 29% paga vacaciones anuales. En la pequeña empresa 10 mujeres de 21 encuestadas y 17 de 38 hombres pagan prestaciones laborales. Se puede afirmar que en ambos segmentos empresariales las mujeres propietarias, en mayor medida, operan en condiciones de informalidad y al emplear al 51% de las personas, éstas se mantienen en condiciones limitadas de bienestar y seguridad social. (ver gráfico 2.4).

Gráfico 2.4: Pago de prestaciones laborales según sexo y tamaño de las empresas (en %).



Fuente: Elaboración propia con base en estudio de campo.

Queda demostrado que el disfrute a prestaciones de parte de las personas trabajadoras sigue siendo muy limitado, por lo que se vuelve un reto y una oportunidad la búsqueda de mejores condiciones para éstas. No existen programas de apoyo y procesos más simplificados para que las personas propietarias de las MYPE puedan desempeñar mejor sus actividades empresariales y garantizar la generación de empleo de mejor calidad.

Resulta difícil realizar una comparación de los datos obtenidos en el estudio con las estadísticas oficiales; debido a que estas últimas carecen de desagregación por tamaño de empresa y sexo. Las estadísticas disponibles según datos DIGESTYC-CONAMYPE son generales para el segmento MYPE afirmando que el 35% de las MYPE paga prestaciones laborales.

2.1.6. Ventas brutas promedio mensual

Al analizar los ingresos por ventas brutas mensuales según DIGESTYC-CONAMYPE, el 86% de las MYPE tiene un nivel de US\$5,000 o menos y solo un 8% sobrepasa los US\$10,109. Según los datos primarios la tendencia se mantiene, pero al desagregarlo por sexo se observa la brecha entre hombres y mujeres; el 95% de las ventas brutas mensuales de las mujeres se concentran en el rango menor a US\$5,000.00 y en el caso de los hombres representan el 73%. A medida que aumenta el monto de ventas brutas el porcentaje de mujeres en comparación con los hombres disminuye (ver gráfico 2.5).

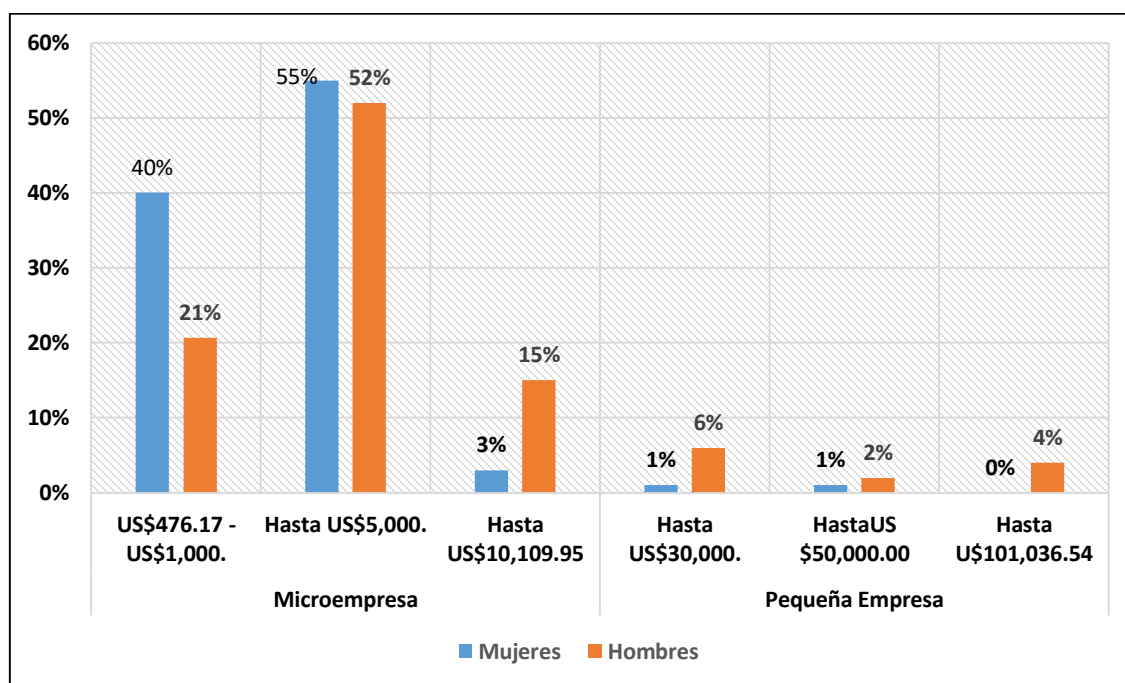
Heller (2010) destaca que las empresas comerciales son mucho menos rentables en promedio que las empresas de servicios e industria y es en estas justamente en donde se concentra la actividad de las mujeres; la preferencia de las mujeres por los sectores de comercio y servicios tiene relación con las limitaciones que impone el sector industrial y las menores exigencias con respecto al capital inicial e infraestructura en los sectores comercio y servicios.

Por su parte, Escandón y Arias (2011) señalan que los ingresos de las mujeres empresarias son más bajos porque se ven impulsadas a crear sus propias oportunidades y empresas buscando una mejor opción de empleo que les dé flexibilidad para desarrollar otras facetas (ama de casa, madre, esposa). Que se constituyen en un objetivo personal, haciendo que se preocupen menos que los hombres en obtener alta rentabilidad en sus empresas al buscar el equilibrio entre la atención al trabajo y a la familia.

Las diferencias en el rendimiento de las empresas dirigidas por hombres o por mujeres según INM (2011) se debe a que:

- a) los hombres y las mujeres crean y dirigen sus empresas con distintos tipos y cantidades de capital humano (educación, edad, experiencia).
- b) los hombres y las mujeres crean y dirigen sus empresas con distintos tipos y cantidades de capital social.
- c) las empresarias normalmente crean sus empresas con menores cantidades de capital financiero y tienen preferencias distintas en cuanto a las fuentes de financiamiento.
- d) Considerando los diferentes recursos de partida, las empresas dirigidas por mujeres tendrán resultados menores en términos económicos que las dirigidas por hombres.
- e) Las empresarias están igualmente satisfechas con sus resultados empresariales y no buscan el crecimiento.

Gráfico 2.5: Ventas brutas mensuales, según sexo y tamaño de las empresas (en %).



Fuente: Elaboración propia con base en estudio de campo.

2.1.7. Edad promedio de las personas empresarias.

EL gráfico 2.6 muestra que la mayor participación de mujeres y hombres propietarios de microempresas se concentran en el rango de los 31 a 40 y 41-50 años de edad, donde al unirse, el 46% son mujeres y el 51% hombres, la misma situación ocurre con la pequeña empresa en el rango de 31 a 40 y 41-50 años de edad se encuentran el 48% de las mujeres y el 56% de los hombres.

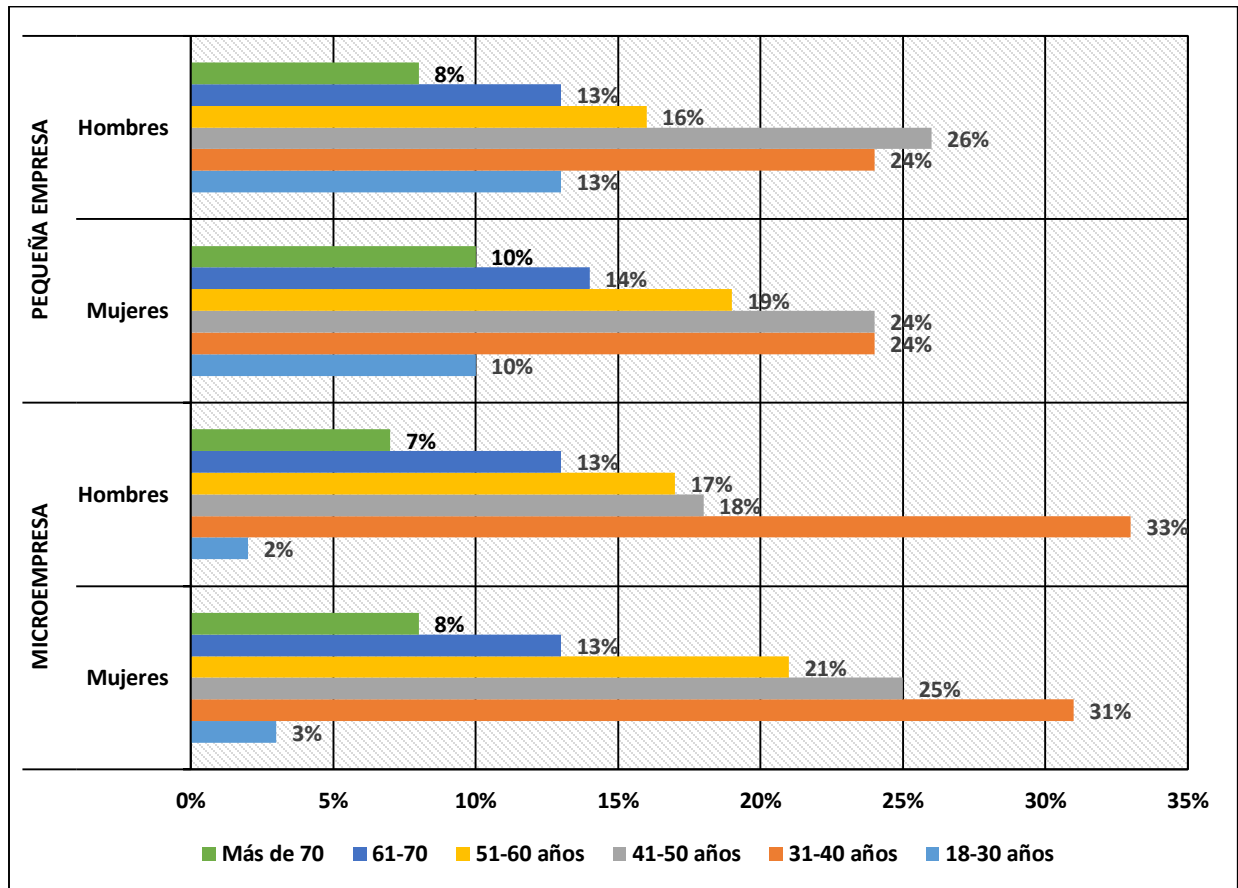
La alta concentración en estos rangos de edad, se debe a que las personas han finalizado su formación académica y se encuentran en la etapa de madurez, donde define un proyecto de vida. A su vez se relaciona con la participación de un mayor porcentaje de mujeres que emprenden iniciativas económicas generalmente relacionadas con el sector comercio y servicio, que les permite tener más flexibilidad en los horarios y así obtener un ingreso (CONAMYPE, 2017).

Al analizar los rangos de edades de 18 a 30 años de edad en la microempresa, el 3% son mujeres y 2% hombres y en la pequeña empresa el 10% son mujeres y el 13% son hombres. Esto responde a varios factores, uno de ellos es, que muchos jóvenes no se ven motivados a emprender la creación de una empresa por la falta de experiencia, recursos monetarios y condiciones adversas del entorno emprendedor.

Así también el bajo nivel de participación de jóvenes en generación de nuevos segmentos empresariales se debe a que se encuentran finalizando sus estudios académicos superiores y se están iniciando en el mercado laboral lo que les permite ganar experiencia, generar ingresos, planificar y a futuro poner en marcha sus empresas (CONAMYPE, 2017).

Al contrastar con las estadísticas oficiales la tendencia no cambia se afirma las edades de las personas empresarias se encuentran en los rangos de edades de 31-40 y 41-50, los resultados de la consulta directa presentan la novedad que se desagregan por sexo.

Gráfico 2.6: Edad de las personas propietarias, según sexo y tamaño de las empresas, (en %).



Fuente: Elaboración propia con base en estudio de campo.

2.1.8. Escolaridad promedio.

Conocer el nivel educativo de las personas que están al frente de las MYPE permite indagar si existe alguna correlación entre el tamaño de la empresa y el grado académico de las personas propietarias de empresas bajo el esquema de persona natural.

La situación de las mujeres microempresarias en el gráfico 2.8 muestra que el 25% ha alcanzado nivel educativo de primero a noveno grado y los hombres el 13%. En términos de estudios de bachillerato el 16% son mujeres y el 12% son hombres. En la pequeña empresa, destacan los hombres con un 39% en estudios universitarios y maestría, mientras que las mujeres solo el 12%, indicando que a medida aumenta

el tamaño de la empresa se requiere un nivel educativo mayor condición que la mujer en su mayoría no cumple.

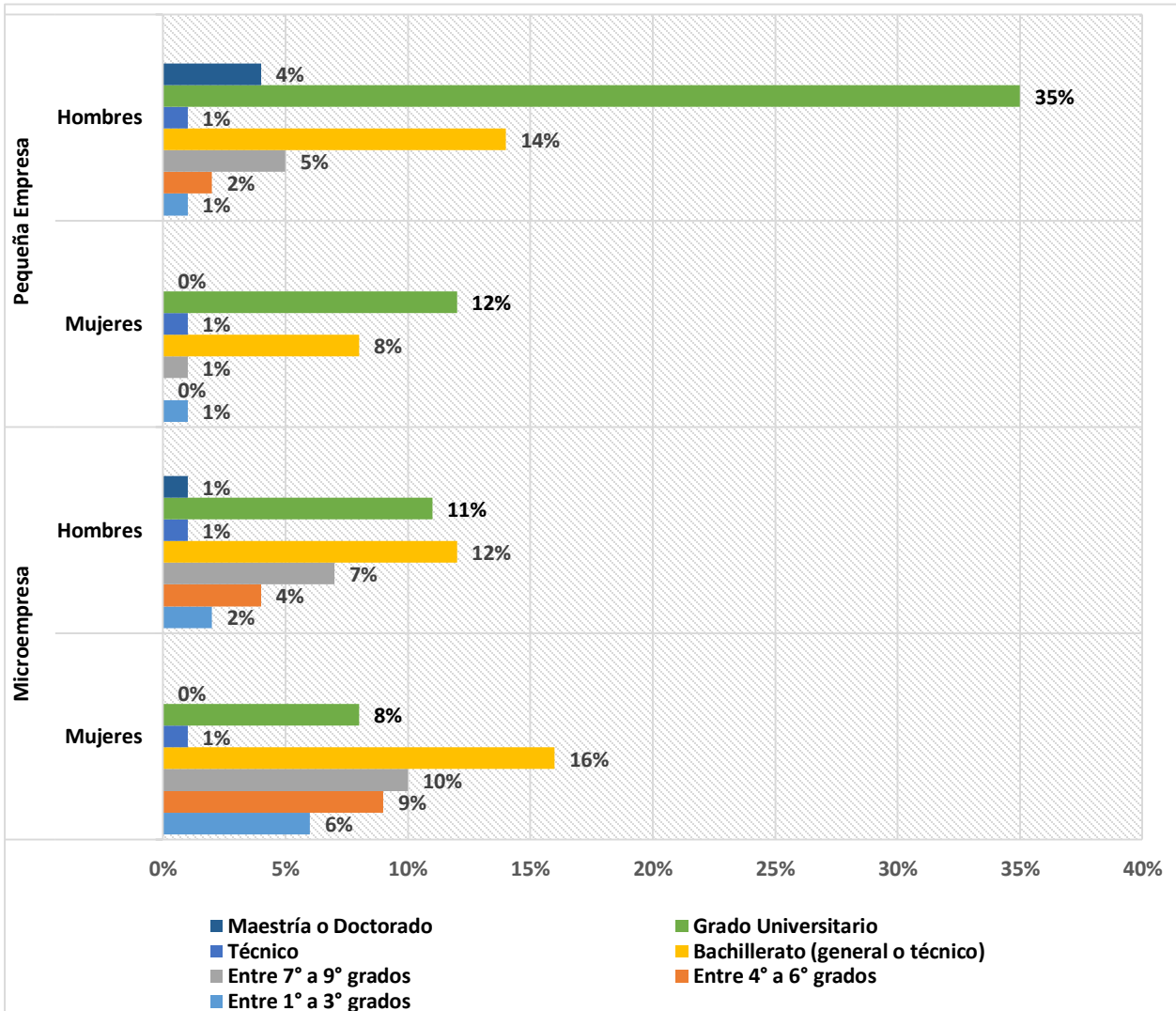
En un estudio realizado por Powers y Magnoni (2010), se encontró que existen diferencias significativas entre el nivel de estudios de hombres y mujeres empresarias, siendo mayor el nivel de estudios de los hombres; esta disparidad también se encuentra asociada con la magnitud de la empresa, dada la menor capacitación y experiencia de las mujeres, estas crean sus negocios en sectores menos demandantes de conocimientos previos como el sector comercio y servicios; considerados de más baja rentabilidad que la industria.

Escandón y Arias (2011) afirman que las empresas dirigidas por mujeres con más educación son las que logran entrar al sector formal, así como una mayor expansión en el mercado siendo más competitivas, reflejando mayor productividad.

Por su parte SELA (2010) argumenta que las mujeres con menores niveles de educación tienden a ser más emprendedoras, lo que puede tener serias implicaciones sobre el tipo de empresas, obligándolas a establecerse sobre todo en el sector informal y sus posibilidades de crecimiento, sustentabilidad y desarrollo se minimizarán en el tiempo.

Contrastando con las estadísticas oficiales de DIGESTYC-CONAMYPE, tal situación se rechaza porque se generaliza al mostrar que los niveles de educación más significativos para las personas microempresarias son bachillerato dejando a un lado aquella proporción de personas que solo han alcanzado de 1° a 9° grado, que según los resultados de estudio de campo muestran que este rango de educación es más significativo, principalmente para las mujeres que se concentran en el sector comercio y servicio.

Gráfico 2.7:Escolaridad promedio de las personas propietarias de las MYPE (en %)



Fuente: Elaboración propia con base en estudio de campo

2.2. Activos tangibles

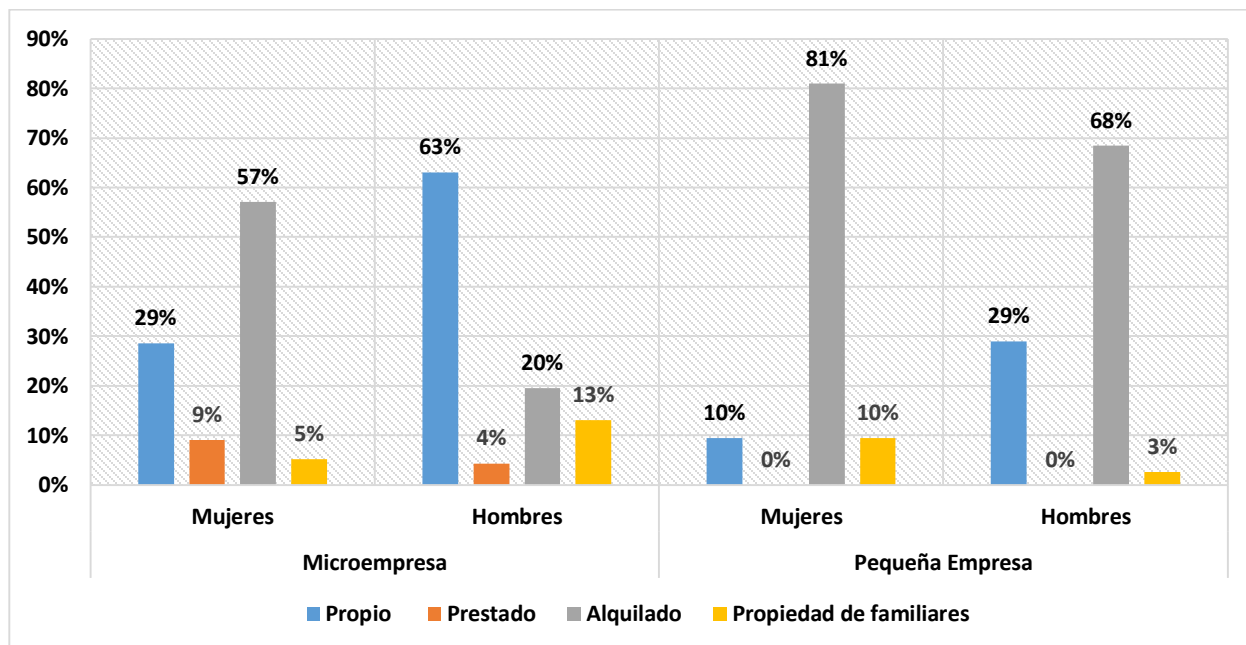
2.2.1. Propiedad de local

Al indagar sobre la modalidad de propiedad de local, la consulta directa muestra en el gráfico 2.9, que para el caso de las mujeres el 29% son propietarias del local y el 57% afirma que es alquilada. A diferencia de los hombres el 63% es propietario del local y el 20% alquilado.

En la pequeña empresa tanto las mujeres el 81% y el 68% de los hombres afirman que la modalidad es alquilada.

Lo anterior muestra que la mayoría de mujeres no cuentan con un local propio para negocio, debido a que los sectores económicos donde ellas se desenvuelven lo desarrollan en sus hogares, donde generalmente tienen a un hombre como propietario.

Gráfico 2.8: Acceso a local para negocio según sexo y tamaño de las empresas (en %).



Fuente: Elaboración propia con base en estudio de campo.

2.2.2. Crédito.

El acceso al crédito como fuente de financiamiento es un componente vital para el inicio, desarrollo y éxito de una empresa y es uno de los principales desafíos que enfrentan las personas empresarias en todo el mundo, donde se agudiza aún más si se trata de mujeres empresarias, es aquí donde juegan un papel importante las instituciones financieras públicas, como proveedoras del mismo.

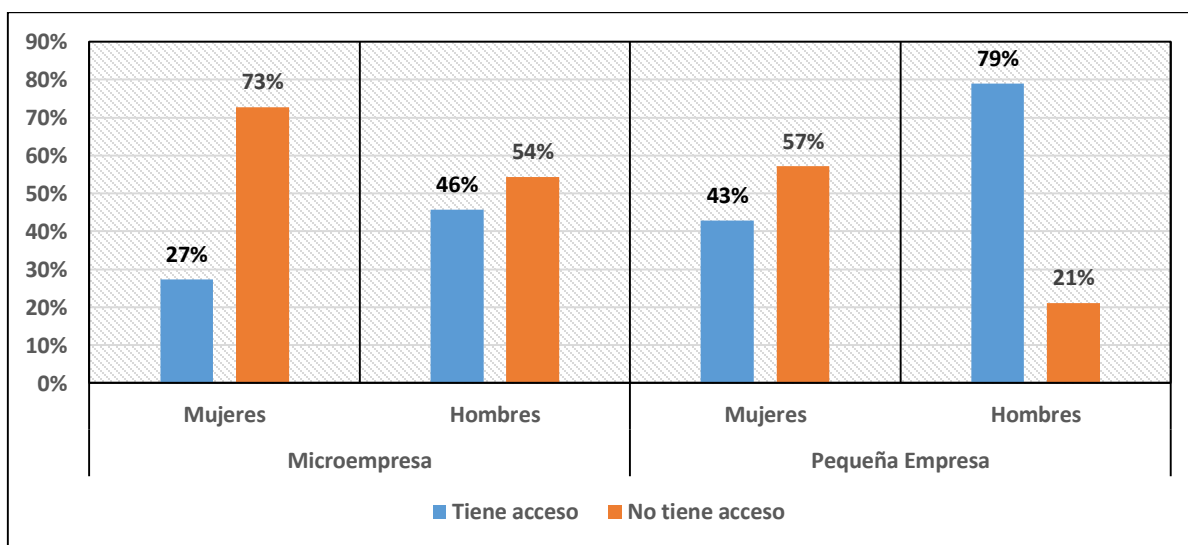
Botello (2015), argumenta la necesidad que exista continuidad en las políticas públicas que se enfoquen en el apoyo de la MYPE para aumentar su cobertura, sin que ello implique una exposición al riesgo por parte de las instituciones financieras o que conlleve una pérdida de los recursos públicos.

En los resultados obtenidos de la consulta directa el gráfico 2.10 presenta que solo el 27% de las mujeres y 43% de los hombres propietarios(as) de microempresa tiene acceso al crédito. La misma situación se presenta en las personas propietarias de las pequeñas empresas el 43% de las mujeres y el 79% de los hombres afirman que tienen acceso al crédito.

Entre las razones del por qué las mujeres empresarias no acceden al crédito se debe a las altas tasas de interés o no cumplen con los requisitos exigidos por las por las instituciones. En relación a los hombres empresarios afirman que se debe al exceso de requisitos, demora en los trámites o porque no lo necesitan.

Según Piacentini (2019) las mujeres al desempeñarse en sectores informales como comercio y servicio se vuelve una barrera para no cumplir con los requisitos exigidos por las instituciones financieras, obligándolas a mantenerse en ellos al no tener financiamiento para volcarse a actividades de mayor valor agregado.

Gráfico 2.9: Acceso al crédito según sexo y tamaño de las empresas (en %).



Fuente: Elaboración propia con base en estudio de campo.

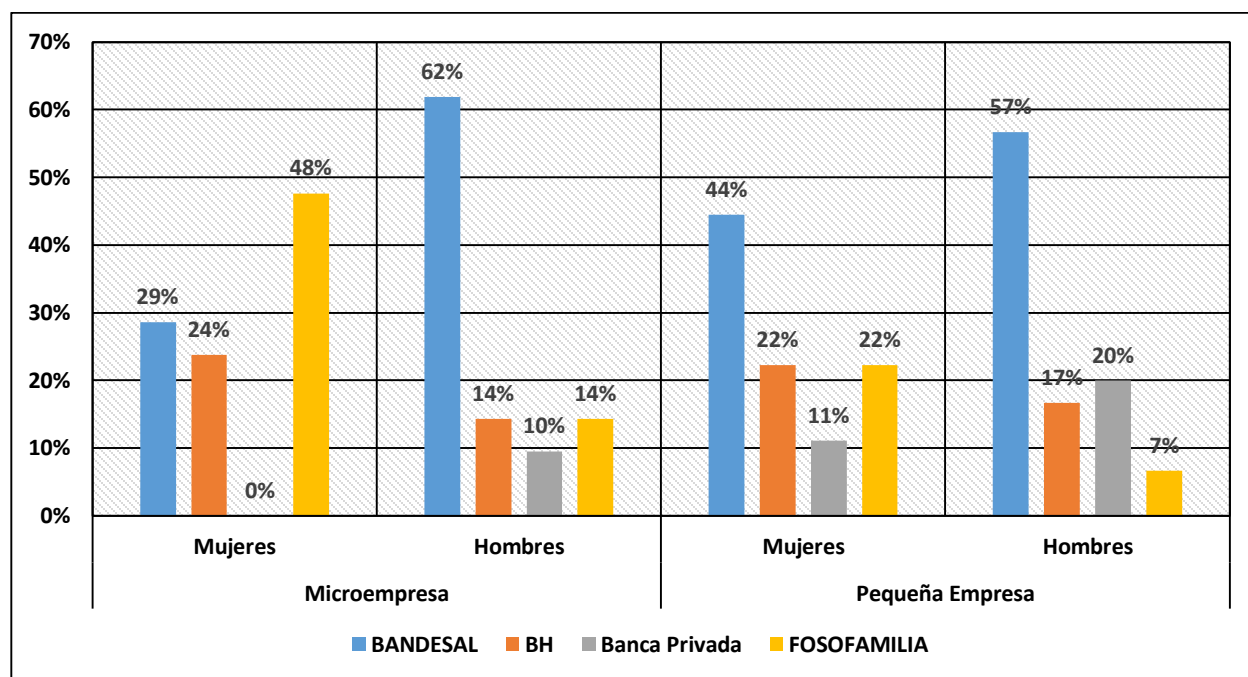
Sobre las fuentes de financiamiento en el caso de las mujeres microempresarias el 48% manifiestan que el Fondo Solidario para la Familia Microempresaria (FOSOFAMILIA) es su principal fuente de financiamiento y esto se debe a que la institución nació para ayudar al sector informal que es el sector donde

se tiene más presencia de mujeres, le siguen en orden de otorgamiento BANDESAL con un 29% y el BH con un 24%.

En relación a los hombres propietarios de microempresas el 62% expresan que es BANDESAL su principal fuente de financiamiento, quien a pesar de ser un banco de segundo piso tiene un programa especial de otorgamiento de créditos a las MYPE.

Por su parte las mujeres y los hombres dueños de una pequeña empresa afirman que su principal fuente de financiamiento es BANDESAL.

Gráfico 2.10:Fuentes de financiamiento según sexo y tamaño de las empresas (en %)



Fuente: Elaboración propia con base en estudio de campo.

El 76% las mujeres propietarias de microempresas tienen montos de crédito menores a US\$2,500.00, ninguna posee montos de crédito mayores a US\$5,000.01, a diferencia de los hombres el 57% tienen montos de crédito que rondan los US\$10,000.00. La razón del porque a los hombres se les asigna un monto mayor en créditos es debido a que son ellos quienes tienen mayor posibilidad de cumplir con la garantía prendaria o hipotecaria según sea exigido por la entidad que ofrece el servicio.

En relación a las mujeres propietarias de pequeñas empresas la situación es similar que a la microempresa puesto que los montos de crédito que se les asignan rondan los US\$5,000.00, en cambio los hombres propietarios de pequeñas empresas tienen montos de créditos que rondan más de US\$10,000.00.

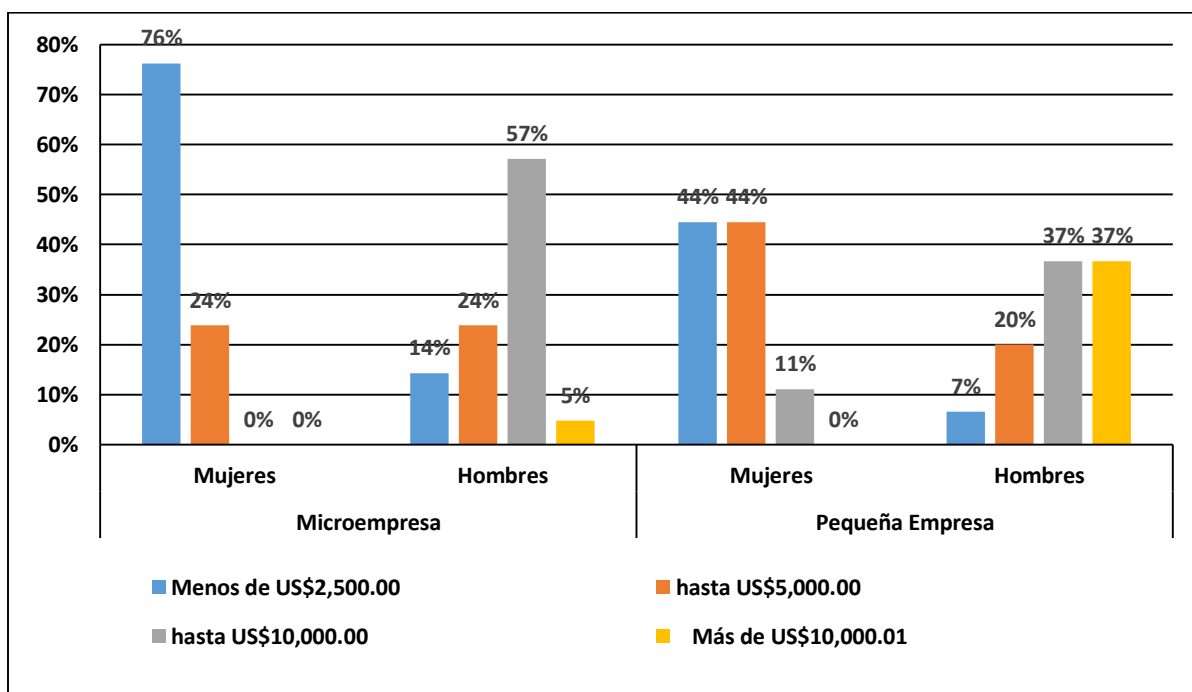
Al contrastar con los montos de préstamos asignados por las instituciones financieras públicas se evidencia que para el año 2017, las mujeres destacan en el microfinanciamiento, situación que podría estar contribuyendo a que las mujeres permanezcan en el segmento de microempresas y en la baja productividad de sus iniciativas económicas, (Ver tabla 2.2).

Tabla 2.2: Montos otorgados por BANDESAL y FOSOFAMILIA, año 2017.

Institución	Microempresa		Pequeña Empresa	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
BANDESAL	\$320,391.63	\$ 251,856.00	\$537,484.24	\$1,738,610.10
FOSOFAMILIA	\$1,089,800	\$355,960	\$151,200	\$62,900

Fuente: Elaboración propia con base en Estadísticas proporcionadas por BANDESAL y FOSOFAMILIA.

Gráfico 2.11: Montos de crédito otorgados según sexo y tamaño de las empresas (en %)



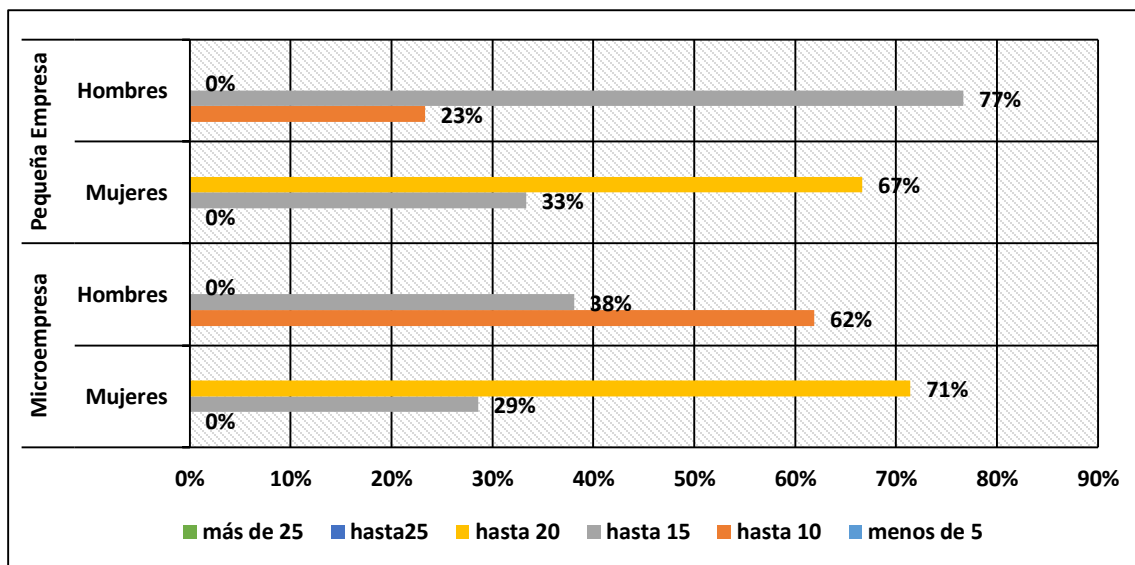
Fuente: Elaboración propia con base en estudio de campo.

A respecto la OCDE (2012) afirma que hay dos razones por las que las mujeres empresarias son tratadas de modo diferente en la asignación de créditos y si se trata de montos mayores: a) la carencia de activos significativos (experiencia, capacidad, dinero en efectivo, colateral) que son valorados por los prestamistas; y b) existe un sesgo cultural que refleja la falta de confianza en la capacidad de las mujeres como dueñas de negocios.

En relación a las tasas de interés se visualiza en el gráfico 2.12 que el 71% de las mujeres propietarias de la microempresa pagan tasas de interés el 20%, el 25% y el 29%. La misma situación ocurre para las mujeres propietarias de pequeña empresa. Para el caso de los hombres propietarios de MYPE el 85% pagan tasas de interés del 10%.

Se evidencia que a medida una empresa es más pequeña se le asignan altas tasas de interés principalmente aquellas que son propiedad de mujeres, esta situación se da por la razón de que es concebida como sujeto de alto riesgo al concentrarse en sectores de bajo valor agregado y al operar en la economía informal, situación que resulta menos evidente en la medida en que el tamaño de la empresa es mayor y es propiedad de hombres.

Gráfico 2.12: Tasas de interés según sexo y tamaño de las empresas (en %).



Fuente: Elaboración propia con base en estudio de campo.

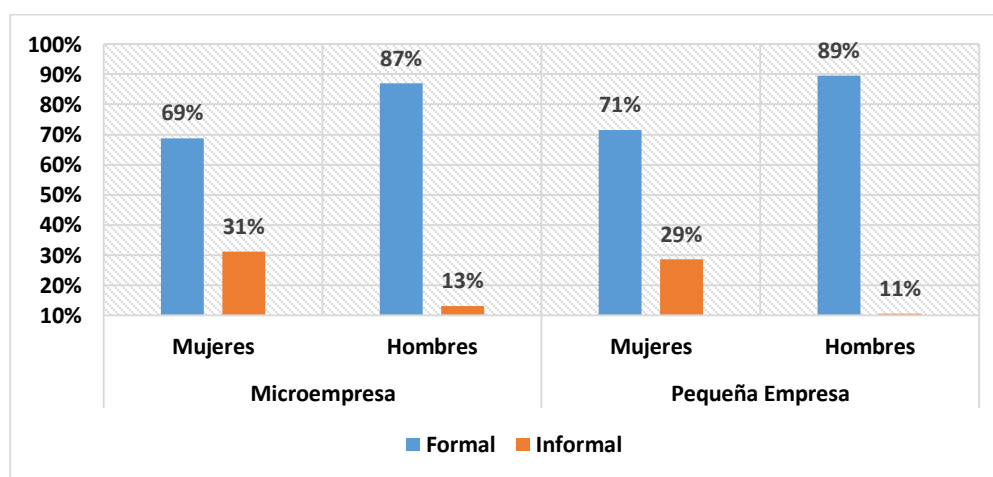
Es así como la falta de financiamiento permanente puede limitar el crecimiento de las empresas lideradas por mujeres, quitándoles así la posibilidad de aprovechar las oportunidades de negocio que se presenten, pues de acuerdo con la OCDE (2012), las mujeres señalan como una restricción importante la falta de financiamiento para iniciar un negocio. Las restricciones en el momento de buscar un financiamiento también se deben a las actitudes discriminatorias por parte de las entidades financieras o de los prestamistas informales. Otra de las razones se encuentra en el hecho de que mayormente se desempeñan en el sector informal y sus empresas son, por lo general, más pequeñas y tienen menor cantidad de activos fijos que puedan ser tomados como garantía del préstamo. A esto se suma el hecho de que las mujeres son menos propensas a poseer bienes a nombre propio para ofrecer como garantía.

2.3. Activos intangibles

2.3.1. Formalización

Uno de los rasgos que caracteriza primordialmente a las MYPE es que se desempeña en el sector informal, dado que las empresas mayoritariamente nacen como persona natural al margen de los controles administrativos, sin contabilidad formal ni tributación al Estado, adicionalmente como se mencionado en el apartado anterior cuando se tienen personas trabajadoras remuneradas en estas empresas no gozan de prestaciones sociales ni otras prestaciones laborales legales.

Gráfico 2.13: Formalización de las MYPE según sexo y tamaño de las empresas (en %).



Fuente: Elaboración propia con base en estudio de campo.

Para el tema que ocupa la presente investigación, la formalización representa uno de los requisitos básicos para poder ofertar al Estado. En el gráfico 2.13, el 69% de las mujeres propietarias de microempresa se encuentran formalizadas, a diferencia de los hombres, un 87% lo está; es decir, cuentan con registro de ingresos y gastos y declaración de Renta e IVA.

En relación a la pequeña empresa la tendencia es distinta, la proporción entre hombres y mujeres propietarios es similar al momento de responder que están formalizados en promedio es el 89%.

De las MYPE que no están formalizadas afirman que es debido a los trámites burocráticos, gastos administrativo y pago de impuestos pueden aumentar y de igual forma porque consideran que no cuentan con los requisitos necesarios.

Las estadísticas demuestran que el motor detrás de las empresas lideradas por mujeres, como regla general está en la necesidad económica más que en la identificación de una oportunidad o en un deseo de desarrollar una idea innovadora, las mujeres son dueñas de empresas más pequeñas en relación a la empresa de los hombres, el nivel de educación de las mujeres empresarias es más bajo que el de los hombres. Estas características pueden ser algunas razones del por qué el mayor número de empresas propiedad de mujeres no están formalizadas.

2.3.2. Capacitación

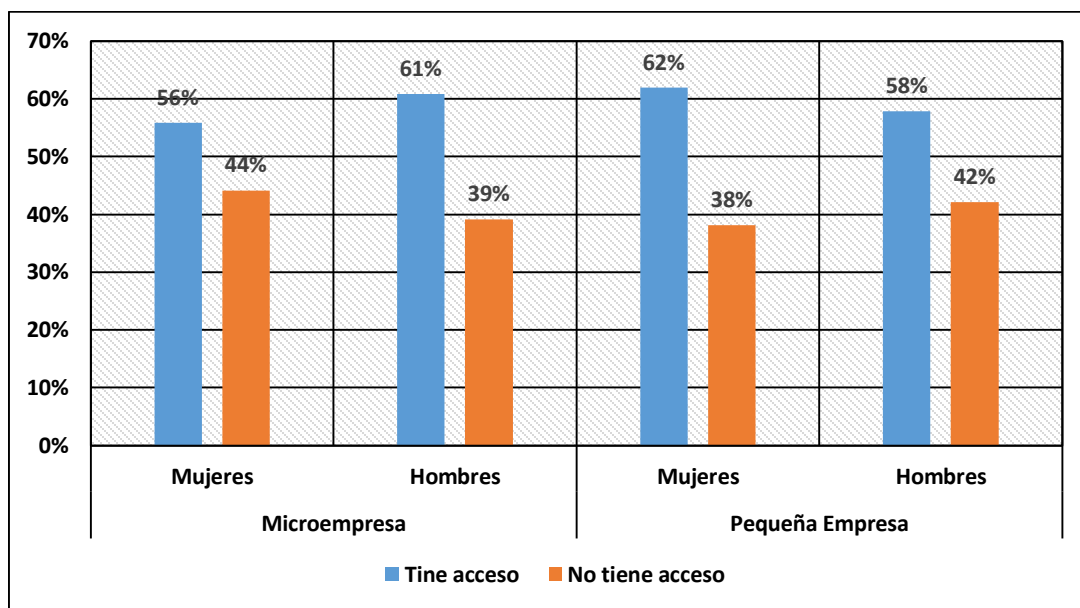
Otro activo intangible que en gran medida tiene gran incidencia es la capacitación por la razón de que en ellas se adquieren conocimientos y competencias que pueden contribuir al logro del éxito de una empresa.

El 56% de las mujeres propietarias y 61% de los hombres propietarios de microempresas manifiestan que han recibido alguna capacitación. En el caso de las personas propietarias de la pequeña empresa el 62% son mujeres y un 58% son hombres. Si bien es cierto, el porcentaje de hombres que recibe capacitaciones es menor, pero en su totalidad finalizan satisfactoriamente, lo contrario ocurre con las mujeres que no todas terminan las capacitaciones por los motivos de que tienen que ver con la atención a

sus hijos e hijas, o debido a que las jornadas de capacitación son extensas y ellas deben de retirarse a realizar actividades del hogar, es decir la disponibilidad de tiempo para su formación se vuelve limitado debido al cumplimiento del rol reproductivo.

Los horarios y los lugares poco accesibles en que se imparte las capacitaciones se explican cómo los principales problemas por los que las mujeres no asisten.

Gráfico 2.14: Acceso a capacitación según sexo y tamaño de las empresas (en %).



Fuente: Elaboración propia con base en estudio de campo.

Las mujeres propietarias se capacitan principalmente en las siguientes áreas: cómo crear una empresa, emprendimiento y costos. Por su parte, los hombres propietarios se capacitan en áreas como: Uso de nuevas tecnologías, producción y compras públicas lo que explica la mayor participación de hombres en dicho mercado (ver anexo 2). Lo anterior también demuestra que las mujeres empresarias se capacitan en temas más genéricos; en cambio los hombres empresarios buscan capacitaciones más específicas que contribuyen a mejorar la productividad de sus negocios y conocer nuevas oportunidades comerciales.

Las mujeres encuestadas no perciben la capacitación en compras públicas como una oportunidad, viéndose limitadas por la informalidad de sus negocios, falta de información, temor a entrar a nuevos

mercados que exigen dedicar mayor tiempo al quehacer empresarial. Aunque en la pequeña empresa, las mujeres si reciben capacitación en compras públicas, las limitaciones y temores persisten.

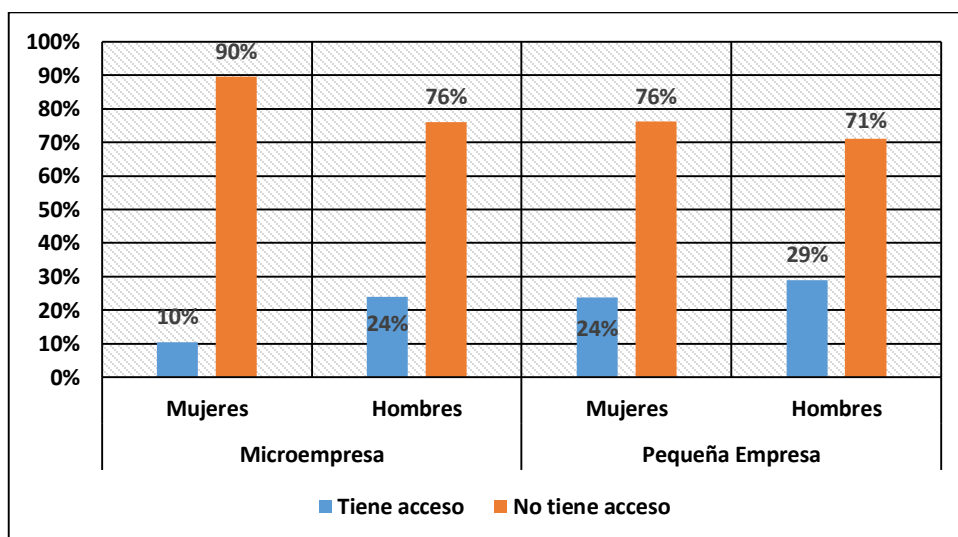
Los principales beneficios que se identificaron de las capacitaciones son: para la microempresa, incremento en ventas y manejo del dinero. Cabe destacar las mujeres propietarias de las MYPE también alcanzó mayor empoderamiento y mejora en la autoestima. Para la pequeña empresa propiedad de hombre y de mujer afirman que uno de los beneficios recibidos al poner en práctica los conocimientos adquiridos es el incremento en ventas y acceso a nuevos mercados, (ver anexo 3).

El anexo 4 muestra que el 85% de las mujeres propietarias de pequeñas empresas necesita capacitación en temas de mercadeo y plan de negocios y un 15% emprendimientos económicos; diferente a los hombres el 45% necesita formación en innovación y uso de las TIC's, seguido por orden de importancia emprendimientos económicos con un 36%.

2.3.3. Asistencia técnica

En el segmento de microempresas solo el 10% de las mujeres y 24% de los hombres propietarios afirman tener acceso a asistencia técnica.

Gráfico 2.15:Asistencia técnica según sexo y tamaño de las empresas (en %).



Fuente: Elaboración propia con base en estudio de campo.

De las personas propietarias de MYPE que no tienen acceso a asistencia técnica afirman que una de las principales razones es porque sus ingresos son bajos y no les permite pagar la contrapartida que exigen las instituciones que ofrecen el servicio, de igual forma para poder recibirla, las instituciones exigen como requisito indispensable estar formalizado, lo que se traduce en estancamiento al no innovar en los procesos productivos.

Las áreas donde han recibido asistencia técnica tanto mujeres como hombres destacando: creación y manejo de página web, diseño de procesos productivos e imagen comercial.

Los principales beneficios que reciben de la asistencia técnica son: aumento en las ventas y mejora en la imagen comercial.

2.3.4. Nivel de organización empresarial.

Dado que el nivel de organización empresarial en cualquiera de sus representaciones: asociaciones, cooperativas, gremiales empresariales o de cualquier otro tipo, juega un papel fundamental en el logro de objetivos específicos de las MYPE, es muy importante porque el apoyo mutuo e incluso la seguridad jurídica que esta provee les da acceso a mercados, a negociación de acuerdos gremiales, a influir en formulación de políticas públicas en beneficio de sus miembros.

Tanto hombres y mujeres propietarios(as) de microempresa no pertenecen a ninguna organización empresarial (ver anexo 7), Scarone (2016) señala que cuando las personas propietarias están inmersas con la producción, venta y distribución de sus productos es muy difícil que encuentre tiempo para buscar la construcción de alianzas con otras personas empresarias o participar en procesos gremiales que mejoren el entorno.

Para concluir con este capítulo vale la pena destacar que, a pesar de que el país cuenta con Leyes, políticas y programas que incorporan el enfoque de género como eje transversal, el avance que estas han logrado en materia económica son muy incipientes, tal como se ha venido observando todavía persisten asimetrías de género en el mundo empresarial, por lo que es necesario que los responsables de diseñar las

políticas públicas orientadas a la creación y desarrollo de empresas encuentren el modo de disminuir las barreras que aún persisten y que no han sido fáciles superar por parte de las mujeres para poder participar en mercados más formales y de alto valor agregado como lo es mercado de compras públicas el cual se aborda en el siguiente capítulo.

3. CAPÍTULO III: PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES PROPIETARIAS DE LAS MYPE EN EL MERCADO DE COMPRAS PÚBLICAS.

Como en todo mercado la oferta determina la capacidad y poder de compra. El Estado requiere contratar obras, bienes y servicios para desarrollar las actividades de la administración pública sea central, regional o local. En esta sección se aborda la situación de las compras públicas (demanda) y situación de los proveedores (oferta).

3.1. Situación de las compras estatales

3.1.1. Categorías de las compras estatales.

Existe una variedad de compradores públicos cada uno tiene sus propios objetivos, competencias y especialidades, así como sus prioridades para atender las compras estatales.

Las instituciones o entidades de gobierno se clasifican en las siguientes categorías:

- a. Instituciones Autónomas:** Están bajo algunas instancias del Gobierno Central, pero se diferencian por tener su propia junta directiva y reglamento de autonomía otorgado por Ley o Decreto Ejecutivo.
- b. Instituciones del Gobierno Central:** Este grupo reúne a la mayoría de instancias de los órganos ejecutivo, legislativo y judicial.
- c. Empresas Públicas:** Producen utilidades para el Estado y también se dedican a otorgar servicios de interés público o beneficencia.
- d. Hospitales:** Son las instancias de salud dedicadas al mantenimiento de la salud y la vida.
- e. Municipalidades,** incluye a los Gobiernos Municipales en todo el territorio nacional.
- f. Otras Instituciones,** a esta categoría pertenecen instituciones privadas que ejecutan recursos públicos, para el presente informe de monitoreo se han analizado únicamente los procesos de compra regulados por la LACAP y registrados en el sistema COMPRASAL.

Del total de instituciones, 65 son Autónomas, 4 Empresas Públicas, 25 Instituciones del Gobierno Central, 31 Hospitales públicos, 262 Municipalidades y 4 clasificadas como Otras Instituciones.

3.1.2. Clasificación de las compras estatales

Existe una alta complejidad respecto al tipo de compras que realiza el Estado que en general se puede simplificar en tres grandes categorías de adquisiciones: (i) compras de bienes y suministros, (ii) ejecución de obras o infraestructura y (iii) ejecución de servicios públicos.

- i. Obras:** Son conocidos así los trabajos que tengan por objeto construir, ampliar, adecuar, restaurar, modificar rehabilitar y reconstruir edificaciones y cualquier otro tipo de infraestructura física, tales como reparaciones y mantenimiento de inmuebles, mantenimiento de calles, construcción en instalaciones de agua potable entre otros.
- ii. Bienes:** El contratista se obliga a entregar equipos y sistemas, papelería y útiles de oficina, productos alimenticios, materiales de limpieza, mobiliario y equipo de oficina, materiales de construcción, productos de ferretería, calzado y uniformes, insumos médicos, lubricantes, bienes muebles que deban empotrarse, incorporarse, adherirse o destinarse a un inmueble, entre otros.
- iii. Servicios:** Son aquellos trabajos intangibles cuyo resultado sea provechoso para el contratante, entre ellos se menciona el mantenimiento de bienes muebles, limpieza y fumigación, servicios técnicos varios, mantenimiento y reparación de vehículos, transporte, vigilancia, publicidad, mantenimiento de inmuebles, manejo de desechos entre otros.

Esta misma clasificación general tiene relación directa con la especialización de los compradores públicos, algunos especializados en ciertos tipos de compras, como es el caso de los ministerios y sectores “constructivos” que en su mayoría se concentran en la contratación de obras públicas, incluyendo la infraestructura productiva y social: transporte, vivienda, saneamiento, energía, salud, educación y agricultura representan el mayor poder de compra pública y el peso absoluto de las inversiones públicas.

Otros sectores como Salud y Educación resultan intensivos en compras de bienes y servicios, en especial los rubros de contratación de personal técnico y especializado.

Es importante destacar de forma general que para el año 2017 COMPRASAL registra que las entidades gubernamentales han ofertado y adquirido productos y servicios a la MYPE relacionados a actividades económicas siguientes:

- a. Obras y construcción:** El 53% de las UACI otorgan las licitaciones de construcción e infraestructura a MYPE. A esto se suman las reparaciones y el mantenimiento de inmuebles en las diferentes oficinas gubernamentales, así como la construcción para las instalaciones eléctricas, que ambas suman un 19%.
- b. Mantenimiento vial:** La MYPE tienen un mercado potencial en el mantenimiento de calles y de vías. Sin embargo, sólo un 8% de las compras de la UACI abordadas en el sondeo se decanta por una MYPE para este rubro.
- c. Papelería y útiles de oficina:** El 41% de las UACI entrevistadas compran su papelería y demás útiles de oficina a las MYPE. También adquieren mobiliario y equipo de oficina, que suman un 11%.
- d. Arreglo de bienes muebles y servicios de limpieza:** Dentro de la lista de los servicios que más solicitan la UACI a la MYPE está el mantenimiento de bienes muebles y servicio de limpieza. El 28% de las unidades entrevistadas otorgan los contratos de este rubro a la MYPE.
- e. Materiales de construcción:** Si una oficina de gobierno tiene dentro de su presupuesto estipulado la construcción de un módulo o ampliar su local, los materiales para construir un 4% de las UACI deciden contratar lo ofertado por una MYPE.
- f. Calzado, uniformes e insumos médicos:** Las instituciones públicas les solicitan a la MYPE entre un 4 o 3% de las compras de las UACI.

g. Vigilancia y transporte: Otros rubros de la lista de servicios que las MYPE ofrecen a las instituciones públicas y que son compradas. No obstante, su porcentaje en el pastel de la compra todavía es muy reducido y representan a lo sumo el 7%.

h. Mantenimiento de vehículos y manejo de desechos: Inspecciones rutinarias en el funcionamiento de los vehículos del gobierno son realizados por la MYPE, en un 7%; mientras que el manejo de desechos, es decir, toda la basura producida en las oficinas públicas es destinada a este sector empresarial.

En ello se muestra una vez más que el tejido empresarial que aprovechan la oportunidad de participar en el mercado de compras públicas es el liderado por hombres puesto que se concentran en los sectores que más demanda el Estado como es el caso del sector construcción.

3.1.3. Metodología para cuantificar la demanda del Estado

Se aclara que la situación de la demanda se desarrollara de forma general solo tomando las compras que realizan las entidades gubernamentales a las empresas MYPE, a pesar de existir la Ley de Igualdad, Equidad y Erradicación de la Discriminación contra las Mujeres donde estipula en el Art. 14 que las instituciones del Estado deberán desagregar por sexo la recopilación, análisis y publicación de toda información estadística relevante de realizar estudios, no se lograron identificar para el objeto de esta investigación.

3.1.3.1. Identificación de la fuente y captura de la información

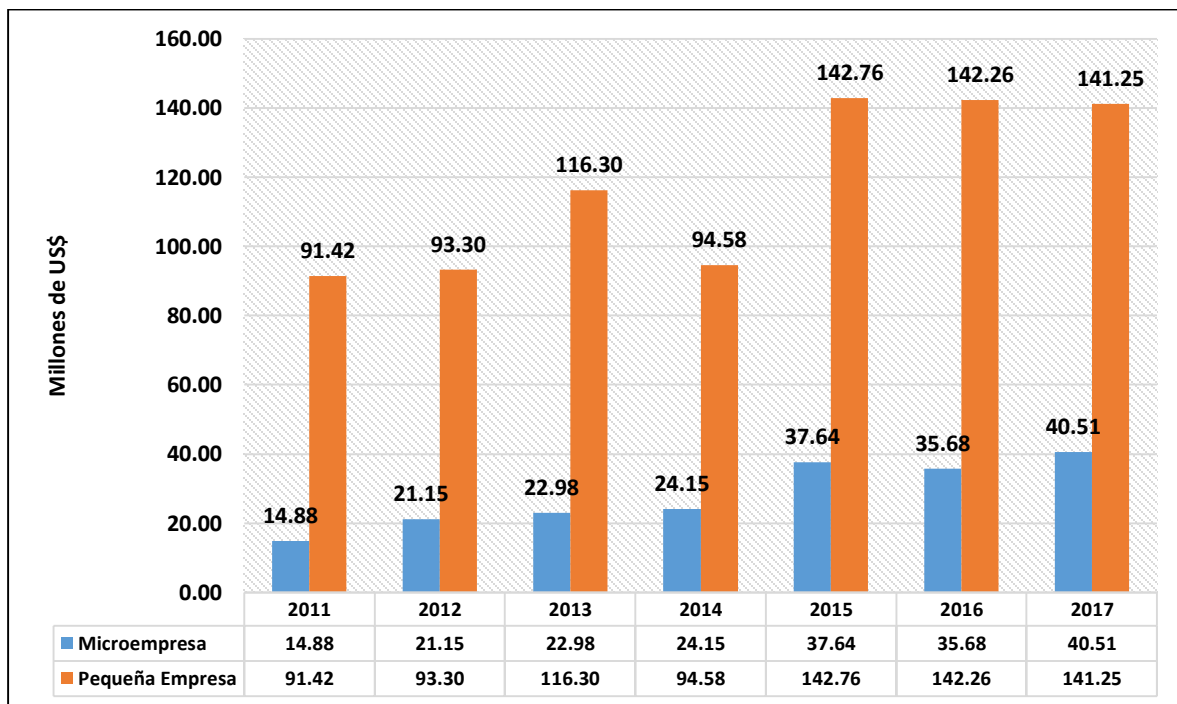
La metodología del estudio parte de una recolección de datos, para lo que se consultó el portal de COMPRASAL y fue necesario determinar:

- Período del análisis: año 2011 a 2017.
- Tipo de Institución: Clasificando la información según Autónomas, Empresas Públicas, Gobierno Central, Hospitales, Municipalidades u Otras Instituciones.

- Nombre de la Institución: El sistema COMPRASAL permite consultar la información de las instituciones de forma individual, facilitando la revisión y el análisis para cada una de las de ellas.
- Datos de UACI: Se recopiló la información de montos de compras del total de las UACI que han actualizado la información en COMPRASAL, especificando la información de acuerdo a los bienes, obras y servicios que adquieren las instituciones.

3.1.3.2. Cuantificación de las compras del Estado periodo 2011-2017.

Gráfico 3.1: Compras realizadas por el gobierno por estrato empresarial, periodo 2011-2017 (en millones de US\$).



Fuente: Elaboración propia en base COMPRASAL.

De acuerdo a los datos presentados en el gráfico 3.1, durante el periodo comprendido de 2011-2017 las compras realizadas a las pequeñas empresas muestran un promedio de 821.99 millones de US\$ y 196.99 millones US\$ de las compras la ha realizado a la microempresa. Destacando la baja adjudicación a la microempresa por razones adversas a su entorno al desempeñarse en sectores informales de baja rentabilidad que les imposibilita cumplir con los requisitos exigidos por las entidades demandantes entre

los que se pueden mencionar: en su mayoría no cuentan con registro IVA, producción limitada, precios de los bienes obras y servicios altos, calidad de los productos y no tienen la capacidad financiera de esperar los tiempos prolongados de pago por parte del Estado.

Resulta interesante hacer la relación de las compras que realiza el Estado a las MYPE con el total de Presupuesto para destacar el papel del Estado como promotor del desarrollo.

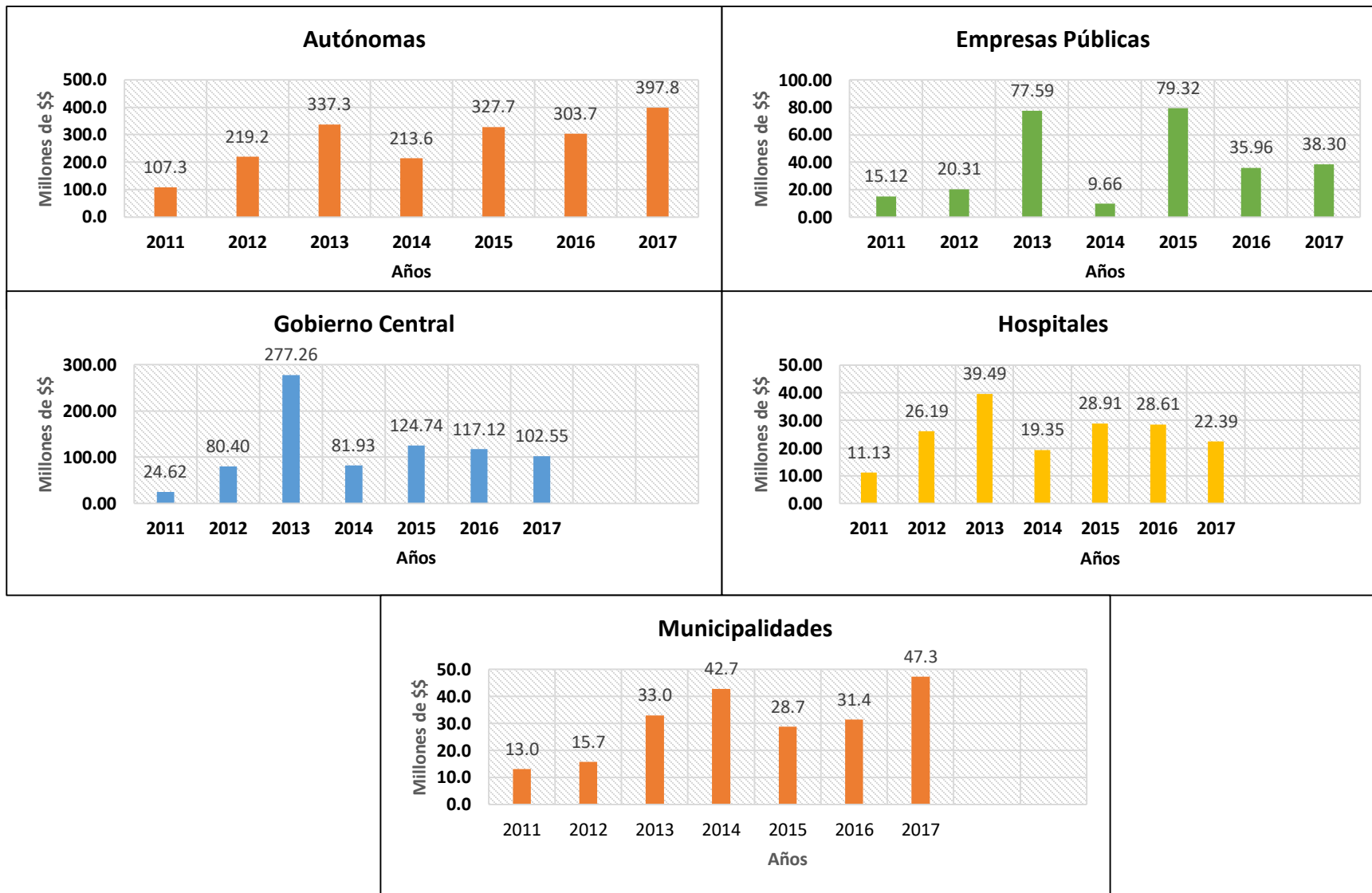
Tabla 3.1: Adquisiciones de bienes y servicios versus compras a la MYPE, periodo 2011-2017.

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Compras a las MYPE en millones de US\$	106.30	114.45	139.28	118.73	180.4	177.93	181.77
Adquisiciones de bienes y servicios en millones de US\$	427.4	417.2	502.4	438.4	503	452	463.1
% de compras a la MYPE en relación a adquisiciones y contrataciones	24.9	27.4	27.7	27.1	35.9	39.4	39.25

Fuente: Elaboración propia en base COMPRASAL e Informes de Gestión Financiera del MH 2011-2017.

En el cuadro 3.1, se observa que en el periodo de estudio las compras a la MYPE muestran un promedio del 31.7% en relación a la adquisiciones de bienes y servicios por parte de las entidades de gobierno.

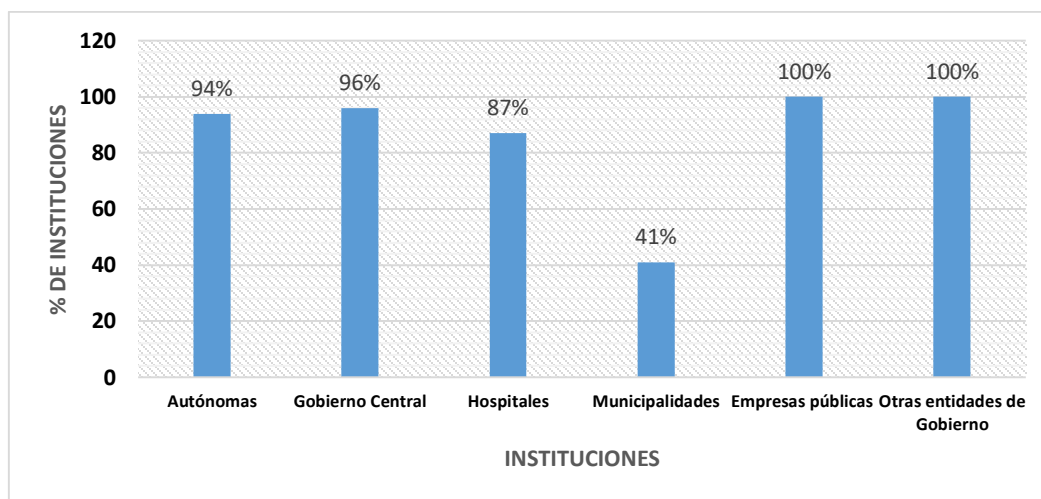
Gráfico 3.2: Compras por parte de las entidades de gobierno a las MYPE, periodo 2011-2017 (en millones de US\$)



Fuente: Elaboración propia en base COMPRASAL.

De acuerdo al panel de gráficos 3.2, se evidencia que a partir del año 2011, que se reforma la LACAP estipulando que las entidades de Gobierno deben adquirir o contratar a las MIPYME lo correspondiente al 12% del presupuesto anual destinado para adquisiciones y contrataciones, las entidades Autónomas adjudicaron mayores montos con \$107.3 millones con tendencia de crecimiento para los próximos años, en orden de importancia es el Gobierno Central quien adjudica \$24.62 millones con tendencia a crecer en el año 2012-2013, no así para los demás años en estudio cerrando el 2017 con \$102.55 millones. Es de destacar la tendencia de crecimiento en la adjudicación a las Municipalidades pasando de \$33.00 a \$42.7 millones para el año 2014. La misma tendencia de crecimiento muestran los Hospitales de \$26.19 en el 2012 pasan a \$39.49 millones en 2014.

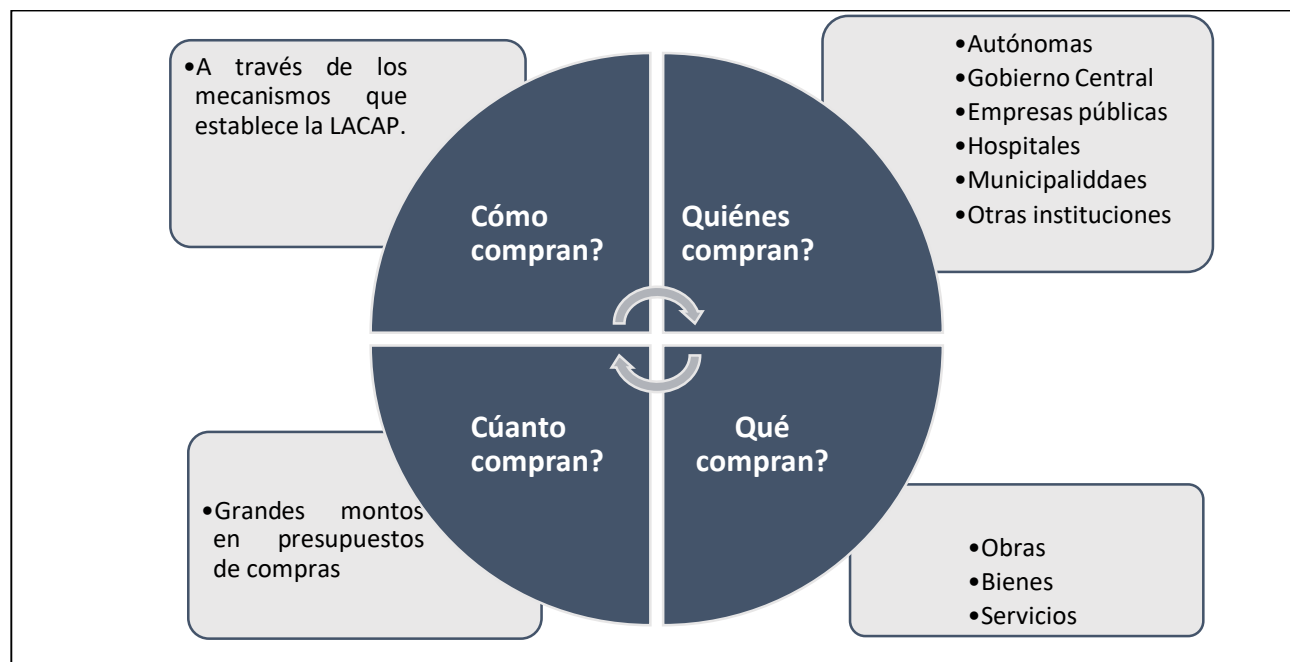
Gráfico 3.3: Entidades de gobierno con información reportada en COMPRASAL al año 2017.



Fuente: Elaboración propia en base COMPRASAL.

En el gráfico el gráfico 3.3 se observa que el porcentaje de cumplimiento al mandato de la LACAP de mantener actualizada la información requerida en los módulos del registro de proveedores, fueron las Empresas Públicas y la categoría de Otras Instituciones las cumplen en un 100% en el caso de las municipalidades han reportado el 41% de la información en el sistema.

Figura 3.1: Situación de compras del Estado



Fuente: Elaborado a partir de Ley de Adquisiciones y Contrataciones Públicas. Decreto No. 868.

Emitido:05/04/2000. Publicado en el Diario Oficial N°70 el 15/05/2010.

3.2. Situación de la oferta de los proveedores.

La información presentada en este apartado son los resultados de 182 personas propietarias de MYPE encuestadas de un universo de 1,730 MYPE, atendidas por CONAMYPE en sus Centros Regionales de: San Salvador, San Miguel y Santa Ana, quienes cuentan con mayor presencia de personas propietarias y mayores niveles de formalización, siendo un requisito indispensable para concursar en el mercado de compras públicas. Utilizando el muestreo estratificado, asignado un intervalo de confianza del 95% y un error de 3%, criterios que la hacen una muestra representativa y por tanto los resultados que se infieran se consideran como válidos.

3.2.1. Concursantes en el mercado de compras públicas

La tabla 3.1 muestra que las mujeres propietarias de microempresas tienen participación limitada en los tres municipios representativos de cada región geográfica, principalmente en San Salvador, de 54

solo 9 concursan representando el 17%. A diferencia de los hombres, de 32 propietarios 22 han concursado equivale al 69%. Resulta de interés el análisis de este municipio porque es el más representativo en MYPE's y de igual forma por la alta concentración de las instituciones dando la pauta que las compras se realizan de manera centralizada en la capital del país. La tendencia no cambia para el municipio de Santa Ana y San Miguel alcanzando el 22% de mujeres que han concursado en el mercado de compras públicas.

Tabla 3.2: Concursantes en el mercado de compras públicas.

Municipios	Participan	Microempresa				Pequeña Empresa				Total	%
		Mujer		Hombre		Mujer		Hombre			
		Número	%	Número	%	Número	%	Número	%		
San Salvador	Si	9	17	22	69	9	64	25	93	65	51.18
	No	45	83	10	31	5	36	2	7	62	48.81
	Total	54	100	32	100	14	100	27	100	127	100
Santa Ana	Si	3	21	4	44	2	50	5	71	14	41.17
	No	11	79	5	56	2	50	2	29	20	58.82
	Total	14	100	9	100	4	100	7	100	34	100
San Miguel	Si	3	33	2	40	1	33	3	75	9	42.86
	No	6	67	3	60	2	67	1	25	12	57.14
	Total	9	100	5	100	3	100	4	100	21	100
Total		77	42.30	46	25.27	21	11.53	38	20.87	182	100

Fuente: Elaboración propia con base en estudio de campo.

Al indagar sobre los principales obstáculos que enfrentan las mujeres y hombres empresarios/as para participar en el mercado de compras pública, la tendencia en los tres municipios muestra que no cumplen los requisitos exigidos para ofertar a este mercado y así mismo carecen de conocimientos para elaborar una oferta técnica, los datos desagregados se encuentran en el anexo 5. Al abordarlo con personal especializado, manifiestan las siguientes razones que explican la tendencia de la baja participación de mujeres en este mercado:

- Las mujeres empresarias tienen que atender otras responsabilidades limitando el margen de estar pendientes en la gestión de compras, por el tiempo que requiere de seguir los

procesos ante los diferentes cambios que se deben hacer a las solicitudes requeridas por las instituciones demandantes.

- El financiamiento juega un papel fundamental dado el bajo acceso de las mujeres a servicios financieros, limitando invertir y producir más, no logrando cubrir con la demanda requerida.
- La desconfianza por parte de las mujeres al no haber transparencia por parte de los compradores de hacer publicidad sobre los resultados de compras o sobre los procesos de compras vigentes de las instituciones.
- Las mujeres no están preparadas para cumplir con los criterios establecidos en cuanto a la calidad de los productos.
- No cuentan con capital trabajo que les permita esperar los tiempos prolongados de pago por parte del Estado si bien es cierto la Ley MYPE establece 30 días de pago, pero en realidad no se cumple. Sumado a ellos que las condiciones blandas o diferenciadas para el acceso a crédito son limitadas.

No todas las personas que concursan en el mercado de compras públicas logran firmar contrato, de las 88 personas propietarias de las MYPE's solo 69 han logrado proveer al Estado. La brecha se profundiza más al tratarse de mujeres empresarias MYPE, 14 de cada 100 firman contrato a diferencia de sus pares masculinos 55 de 100. A pesar de ser un mayor número de mujeres empresarias la balanza, aquellas que logran un contrato se inclinan hacia las empresas lideradas por hombres, tal como se observa en la tabla 3.2.

Dicho comportamiento se debe a factores como: producción limitada al no alcanzar a cubrir con la cuota requerida por las instituciones demandantes, los precios ofertados son elevados en comparación a la competencia, inconsistencias en las ofertas presentadas al no tener pleno conocimiento de los términos en que compra el Estado cumpliendo solo una parte de los criterios para ser objeto de adjudicación.

Estos factores son el resultado de formar parte de sectores de poco valor agregado con limitantes para obtener financiamiento, acceso a capacitación, asistencia técnica y bajos niveles de organización.

Tabla 3.3: Personas que han firmado de contrato con el Estado.

Municipios	Firman contrato	Microempresa				Pequeña Empresa				Total	%
		Mujer		Hombre		Mujer		Hombre			
		Número	%	Número	%	Número	%	Número	%		
San Salvador	Si	6	67	21	95	4	44	25	100	56	86.15
	No	3	33	1	5	5	56	0	0	9	13.84
	Total	9	100	22	100	9	100	25	100	65	100
Santa Ana	Si	1	33	2	50	1	50	3	60	7	50
	No	2	67	2	50	1	50	2	40	7	50
	Total	3	100	4	100	2	100	5	100	14	100
San Miguel	Si	1	33	2	100	1	100	2	67	6	66.66
	No	2	67	0	0	0	0	1	33	3	33.33
	Total	3	100	2	100	1	10	3	100	9	100
Total		15	17.04	28	31.81	12	2.27	33	37.5	88	100

Fuente: Elaboración propia con base en estudio de campo.

En el anexo 6, se visualiza que las mujeres proveen servicios de limpieza, servicios de alimentos y textiles lo que guarda relación con la alta concentración de mujeres en el sector comercio y servicios, a diferencia de los hombres ofertan que ofertan servicios de construcción, mantenimiento y materiales de construcción, equipos electrónicos y tecnología, papelería y equipos.

3.2.2. Principales instituciones compradoras del Estado.

El Gobierno Central y las Municipalidades son las principales entidades que contrata obras, bienes y servicios de las mujeres propietarias de las MYPE del municipio de San Salvador. Mientras que para los municipios de Santa Ana y San Miguel son las municipalidades. A diferencia de las Autónomas y Empresas Públicas adquieren obras, bienes y servicios de las MYPE propiedad de hombres. (ver anexo 7).

3.2.3. Años de proveer al Estado.

El anexo 8 muestra que las mujeres y hombres propietarios(as) de microempresa para los tres municipios en estudio afirman en su mayoría que tienen de 1 a 2 años proveyendo al Estado, el mismo comportamiento tienen las mujeres y hombres propietarios(as) de las pequeñas empresas.

3.2.4. Ventas realizadas al Estado por las personas propietarias de MYPE.

Analizar el monto de la última venta realizada por las personas propietarias de las MYPE's resulta de interés para conocer entre hombres y mujeres quienes tiene contrato de mayor cuantía. En el caso de las mujeres propietarias de las microempresas afirman que la última venta realizada al Estado se encuentra en el rango de menos de US\$1,000. A diferencia de los hombres afirman que sus ventas se concentran entre los US\$5,000.00 y US\$15,000. En relación a la pequeña empresa tienen el mismo comportamiento siempre son los hombres quienes han tenido contratos de mayor cuantía (ver anexo 9).

3.2.5. Periodicidad de pago por el Estado por las ventas realizadas.

Si bien es cierto el Art. 32 de la Ley de Fomento Protección y Desarrollo de las Micro y Pequeñas Empresas establece que las instituciones del Estado deberán cancelar los bienes y servicios adquiridos por parte de las MYPE, en un tiempo máximo de 30 días a partir de haberlos recibido. Pero los resultados de la encuesta muestran que los pagos exceden los 30 días lo que lleva a no contar con capital de trabajo para comprar materias primas y seguir produciendo (ver anexo 10).

A continuación, se hace uso del análisis FODA para mostrar los factores internos y externos que potencian o limitan a las mujeres propietarias de MYPE para participar en el mercado de compras públicas.

El FODA es una técnica de diagnóstico que permite explorar dos situaciones, la interna (Fortalezas y Debilidades) y la externa (Oportunidades y Amenazas), tiene múltiples aplicaciones y puede ser usado por todos los niveles de la corporación y en diferentes unidades de análisis tales como producto, mercado, producto-mercado, línea de productos, corporación, empresa, división, unidad estratégica.

Para evidenciar los factores que potencian o limitan la participación de mujeres que lideran MYPE's en el mercado de compras públicas es necesario conocer la situación actual interna y del entorno en que se desarrollan. Es muy importante éste tipo de herramienta, debido a que se analizan puntos fuertes, puntos débiles y puntos en los que se necesita reforzar para el logro de los objetivos.

El objetivo de realizar este análisis consiste en conocer cuáles son las fortalezas que tienen las mujeres empresarias para aprovechar las oportunidades y prepararse ante las amenazas a las que se exponen por sus debilidades. A continuación, se muestran los factores internos y externos:

3.3. Análisis de los factores internos.

Éste análisis está conformado por todos aquellos aspectos positivos que de alguna manera ayudan al crecimiento y fortalecimiento de las empresarias, y de aquellos aspectos negativos que afectan su desempeño.

Tabla 3.4: Factores Internos.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Son propietarias del 57% de las microempresas. • Espíritu emprendedor. • Compromiso de aprender. • Liderazgo e iniciativa por parte de las mujeres de San Salvador. • Creatividad. • Entusiasmo para liderar la empresa. • Capacidad de administración. • Pasión y confianza en lo que realizan. • Capacidad para realizar varias tareas a la vez. • Buenas negociadoras. • Cuentan con productos atractivos. • Ponen atención en cada detalle de sus productos. • Empatía para atender a sus clientes. • Responsabilidad para cumplir con sus obligaciones. • Perseverantes y Constantes. • Saben aprovechar y agradecer cualquier tipo de ayuda. • Ponen ingenio para innovar sus productos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bajo nivel educativo. • El tiempo que emplean en el cuidado de los hijos. • Aversión al riesgo. • Miedo a formalizarse. • Desconfianza para invertir. • Desconocimiento del mercado de compras públicas. • Desconocimiento de la plataforma de COMPRASAL. • Desinformación por falta de internet en San Miguel y Santa Ana. • No cuentan con local propio. • No cuentan con la maquinaria y equipo necesario para el pleno desarrollo de sus empresas. • No cuentan con el dinero necesario para hacer crecer su empresa. • Las mujeres que viven en la zona rural de San Miguel y Santa Ana tienen poca confianza en sí mismas y temor de expresar sus ideas. • Incumplimiento de requisitos para acceder a fuentes de financiamiento. • No hay un posicionamiento dentro del mercado local. • Falta de conocimiento en la organización de la producción. • Falta de iniciativa para el desarrollo de las empresas por las mujeres del área rural en San Miguel y Santa Ana. • Productos con bajo nivel agregado. • Poco acceso a la tecnología. • Falta de capacitación para elaborar ofertas al Estado.

Fuente: Elaboración propia en base a consulta directa a mujeres empresarias MYPE de San Miguel, Santa Ana y San Salvador.

Con lo expuesto anteriormente se comprueba que las mujeres tienen muchos factores positivos que las impulsan a ser buenas empresarias ya que son comprometidas con su trabajo, tienen liderazgo y empatía, asumen retos y además cuentan con el apoyo de instituciones públicas y privadas a nivel del país que están

interesadas en el apoyo a este sector de la economía y más aún en brindar oportunidades a la mujer para potenciar el desarrollo de sus empresas.

Las MYPE lideradas por mujeres que se sitúan en San Salvador tienen ventaja sobre las que se sitúan en San Miguel y Santa Ana ya que las empresarias muestran un mayor empoderamiento y autoconfianza a la hora de hablar de sus fortalezas y tienen mayor facilidad para aprovechar las oportunidades que las entidades públicas y privadas ofrecen, puesto que tienen mejor acceso a estas; pero en el sector MYPE liderado por mujeres en general se observa entusiasmo y deseos de superarse y poner cada fortaleza en práctica para que sus empresas crezcan y logren ser más competitivas en el mercado de compras públicas, ya que son conscientes que este mercado genera buenas oportunidades; pero deben brindar las mejores ofertas para poder competir y llegar a firmar contrato con alguna entidad del pública.

Las debilidades constituyen aquellos factores negativos o desfavorables en las que se encuentran las MYPE's lideradas por mujeres respecto a sus competidores y las amenazas son todas aquellas fuerzas procedentes del entorno, la competencia o el mercado que pueden presentar dificultades para estas.

3.4. Análisis de los factores externos

El análisis externo está conformado por aquellos aspectos que fuera de las empresas pueden beneficiar o afectar negativamente las actividades a realizarse.

Tabla 3.5: Factores Externos.

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Reforma a la LACAP donde estable un 25% de las compras al segmento MIPYME y 10% para compras de MIPYME que su propietaria o mayoría accionaria sea mujeres • Integrarse a cooperativas, asociaciones y gremiales empresariales para poder obtener representación jurídica y negociación de precios para adquirir materias primas. • Agruparse en UDP (Unión de Personas) para aprovechar las oportunidades de momento, una de ellas participar en grupo en el mercado de compras públicas. • CONAMYPE ofrece el servicio de capacitaciones en el tema de compras públicas. • Programas de empresariedad femenina. • Asistencia Técnica para sus negocios. • Respaldo de organizaciones que velan por los derechos de la mujer. • Políticas de gobierno que incentivan el apoyo a la mujer. • Aplicación del modelo de República Dominicana de las Compras Públicas sostenibles e inclusivas. • Asesorías gratuitas en Centros Regionales de CONAMYPE en trámites empresariales • En el caso de San Salvador, estar establecidas en la Capital del país. • Ferias realizadas por CONAMYPE. Hacer uso de la plataforma COMPRASAL que facilita el acceso al mercado de compras públicas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema Financiero poco flexible para la inclusión financiera de las mujeres • Horarios de las capacitaciones poco accesibles. • En San Miguel y Santa Ana tienen mal servicio de transporte colectivo para movilizarse del campo a la ciudad por lo que se les dificulta asistir a capacitaciones. • Muchos requisitos de parte de las entidades financieras para brindar préstamos. • Muchos competidores mejores posicionados en el mercado de compras públicas. • Falta de un mecanismo de pago ágil por parte del Estado. • Falta de transparencia de los compradores a la hora de firmar contratos. • Inconsistencias en las ofertas, no se tiene pleno conocimiento de cuáles son los términos en los que compra el estado. • Requisitos para acceder al mercado de compras públicas. • Discriminación por ser mujeres a la hora de hacer negocios.

Fuente: Elaboración propia en base a consulta directa a mujeres empresarias MYPE de San Miguel, Santa Ana y San Salvador.

La mujer, como se observa en las oportunidades, en los últimos años se ha convertido en la prioridad de las políticas públicas, y se hacen esfuerzos como Estado en brindarle los medios necesarios para que puedan desarrollarse como empresarias, pero es un proceso que aún no llega al 100% de las mujeres, sigue

notándose la desigualdad en condiciones con las que ellas se desenvuelven como empresarias, se enfrentan a un escenario difícil de superar, pues deben lidiar con estereotipos y roles que la sociedad le asigna, para que su empresa prospere debe sacrificarse y esforzarse más y por esto pocas lo logran.

A continuación, se plantean las diferentes estrategias derivadas del análisis FODA, de tal manera que se puedan aprovechar las fortalezas y oportunidades que posee las mujeres que lideran MYPE y así también como también contrarrestar las debilidades y amenazas, con el fin del cumplimiento de sus objetivos.

Tabla 3.6: Estrategias FO (Fortalezas y Oportunidades)

Estrategias Potenciales	Propósito
CONAMYPE imparta las capacitaciones en horarios accesibles para las mujeres.	Que las mujeres tengan igualdad de condiciones en el mercado de compras públicas.
Organizar al sector femenino de la micro y pequeña empresa, realizar convocatorias solo a mujeres para que puedan conocer a otras que realicen su misma actividad económica.	Obtener representación jurídica, productos de mejor calidad y lograr cubrir la demanda para poder participar en el mercado de compras públicas.
Educar a las mujeres en sus derechos económicos y las leyes que las respaldan.	Lograr mayor empoderamiento y seguridad en el manejo de sus empresas, para que les reduzca el temor a competir en diferentes mercados.
Hacer mayor publicidad de las ferias que se realizan y realzar las empresas lideradas por mujeres.	Los productos logren un reconocimiento en el mercado.
Las empresarias MYPE deben realizar temporadas de ofertas en sus productos.	Que los productos obtengan reconocimiento a través de los clientes satisfechos que recomienden sus empresas.
Aprovechar las reformas a la LACAP y perder el temor a participar en el mercado de compras públicas.	Obtener mayores ingresos.

Fuente: Elaboración propia con base en Análisis FODA.

Tabla 3.7: Estrategias DO (Debilidades y Oportunidades)

Estrategias Riesgosas	Propósito
Las mujeres deben invertir en diplomados, capacitaciones y estudios que les ayude mejorar la dirección de sus empresas.	Lograr un mejor funcionamiento de la empresa que lideran y aprender nuevos procesos.
Agruparse en UDP (Unión de Personas) para aprovechar las oportunidades de momento, una de ellas participar en grupo en el mercado de compras públicas.	Posicionarse en el mercado de compras públicas, ofreciendo buenos precios y productos de calidad.
Aprovechar las capacitaciones gratuitas impartidas por CONAMYPE para entender el funcionamiento de la plataforma COMPRASAL.	Reducir el temor a participar en el mercado de compras públicas.

Fuente: Elaboración propia con base en Análisis FODA.

Tabla 3.8: Estrategias FA (Fortalezas y Amenazas)

Estrategias Desafiantes	Propósito
Elaborar ofertas al estado mostrando con confianza la calidad de sus productos.	Lograr firmar contratos con el Estado.
Instruirse en métodos de negociación eficientes.	Lograr hacer negocios de la manera más beneficiosa para ellas y que les permita reducir costos u obtener mayores ganancias.

Fuente: Elaboración propia con base en Análisis FODA.

Tabla 3.9: Estrategias DA (Debilidades y Amenazas)

Estrategias Limitantes	Propósito
Utilizar estrategias de marketing para lograr un mayor conocimiento del mercado de compras públicas y sus requisitos para entrar.	Generar interés en las mujeres para participar en el mercado de compras públicas, así como reducir el temor a participar en este.
Establecerle a la micro y pequeña empresa liderada por mujeres los beneficios de estar formalizadas.	Obtener financiamiento que le permita invertir en el desarrollo de su empresa.
Establecer mecanismos responsables de pago.	Seguridad que recuperaran lo invertido en el menor tiempo posible.

Fuente: Elaboración propia con base en Análisis FODA.

3.5. Conclusiones

A pesar de contar con un marco normativo favorable que incluye el enfoque de género como elemento esencial para potenciar el desarrollo integral de las mujeres en todos los espacios de la sociedad en condiciones de igualdad en relación a los hombres garantizando el fortalecimiento de las empresas de mujeres mediante procesos de formación, transferencia tecnológica, incentivos fiscales, acceso a créditos blandos y oportunidades de comercialización, la evidencia muestra que hace falta articulación interinstitucional de todas las instancias que dan servicios a las MYPE, porque no sirve que solo una institución adopte el enfoque de género mientras el resto sigue funcionando de manera general sin tener acciones específicas que contrarresten las asimetrías de género en el acceso a los recursos que son fundamentales para alcanzar crecimiento y desarrollo, limitando el aprovechamiento de nuevos nichos de mercado un caso específico el mercado de compras públicas, entre los que se pueden destacar:

- Las mujeres pequeñas empresarias que poseen un grado universitario son tres veces menos que los hombres y aquellas con título de bachiller son la mitad de los hombres que lo poseen, lo que limita el sector económico en el que se desarrollan, siendo en su mayoría comercio y servicios que se caracterizan por tener un bajo nivel de rendimiento. Sumado a esto, las mujeres propietarias de MYPE tienen una ratio de finalización de capacitaciones bajo, esta situación obedece al triple rol que juegan las mujeres en la sociedad desempeñando el rol de madre, esposas, trabajo reproductivo y el cuidado de terceros, lo que a su vez restringe el nivel de ingreso bruto de las mismas. Lo anterior repercute en sus actividades empresariales son disminuidas a la sombra de buscar un equilibrio entre familia y trabajo, la mujer ocupa menos horas en atender a su empresa, priorizando la calidad de vida sobre la rentabilidad.
- Las garantías y las altas tasas de interés exigidas a las mujeres propietarias de las MYPE se siguen imponiendo como barreras para acceder al crédito, de igual forma las que cumplen los requisitos se reciben montos bajos por parte de las instituciones financieras, situación que obedece a que las instituciones financieras no han incorporado el análisis de género en los

productos financieros, llevando a la discriminan al concebirlas como individuos de alto riesgo como individuos de alto riesgo al concentrarse en sectores informales como comercio y servicio. El nivel de ingreso de las empresas dirigidas por mujeres es menor que el de las dirigidas por hombres las fuerzan a buscar fuentes externas de financiamiento que, en la mayoría de los casos, conllevan tasas de interés aún más altas.

- Más del 30% de las MYPE's lideradas por mujeres no están formalizadas contra solo un 12% de las lideradas por hombres; siendo este uno de los requisitos más importantes, explica por qué la baja participación de las mujeres en el mercado de compras públicas, contrario con la opinión de personal especializado, quienes afirman que se debe al alto grado de desconfianza de parte de los compradores de las instituciones respecto a la capacidad de las mujeres para entregar bienes y servicios, especificaciones técnicas y criterios de evaluación que no favorecen su contratación. Dentro del porcentaje de mujeres propietarias de las MYPE que han concursado en el mercado de compras públicas, solo el 10% de la microempresa y el 28% de la pequeña empresa ha logrado obtener un contrato, estos aparte de ser de menor cuantía que los de los hombres, son contratos para proveer servicios de limpieza, alimentos y textiles lo que responde a los roles de género que la sociedad le ha asignado.
- Si bien es cierto el Art. 32 de la Ley de Fomento Protección y Desarrollo de las Micro y Pequeñas Empresas establece que las instituciones del Estado deberán cancelar los bienes, obras y servicios adquiridos por parte de las MYPE's, en un tiempo máximo de 30 días a partir de haberlos recibido, los resultados de la consulta directa muestran que los plazos de pago exceden este plazo, lo que lleva a no contar con capital de trabajo para comprar materias primas y seguir produciendo.
- La más reciente reforma aprobada a la LACAP fue en marzo 2019, contemplando que las 390 instituciones del Estado que compran con fondos públicos deben adquirir al menos el 25% de las compras al sector de las MIPYME's y el 10% a las que son propiedad de mujeres. A la luz de la temática que se ha venido desarrollando, a medida se escala de tamaño de empresa las

compras se concentran en las de mayor tamaño en este caso la pequeña y mediana empresa, dejando con menor participación a la microempresa principalmente por el entorno en que estas se insertan.

Uno de los más grandes obstáculos para la realización de esta investigación, que a la misma vez fue una de los motivos que nos llevó a realizarla, es la falta de desagregación por sexo de las estadísticas nacionales, claro quebrantamiento de la Ley de Igualdad, Equidad y erradicación de la Discriminación contra las Mujeres, en el Art. 14 estipula que las instituciones del Estado deberán desagregar por sexo la recopilación, análisis y publicación de toda información estadística relevante de realizar estudios, lo que fue limitante para cuantificar la situación de la demanda del Estado.

3.6. Recomendaciones

- Robustecer las medidas antidiscriminatorias y velar por el adecuado cumplimiento de las leyes y regulaciones de igualdad de las niñas, niños y adolescentes en su derecho a la educación, tanto en niveles de primaria, bachillerato y universitario. Reafirmar el compromiso a luchar contra el desmontaje de los roles de género asignados a las niñas y mujeres que son barreras al adecuado desarrollo académico de las mismas. Capacitar a las personas propietarias de las MYPE en temas de cultura fiscal para romper con el temor a formalizarse puesto que es una barrera que le imposibilita aprovechar la participación en el mercado de compras públicas. El diseño de los programas de capacitaciones debe ser sensibles al género tomando en cuenta las condiciones de las mujeres en aspectos como ajuste de horarios, acercar las capacitaciones a lugares más accesibles y así también ofrecer el servicio de guarderías para que mantengan a las hijas e hijos de las usuarias mientras se capacitan. Resulta imperante intensificar las capacitaciones en tema de compras públicas, específicamente en la elaboración de ofertas técnicas puesto que es una barrera tanto para concursar y cómo lograr firmar un contrato con el Estado.

- Aperturar de líneas de créditos blandos y vinculaciones financieras mediante alianzas entre entidades financieras públicas y privadas que flexibilicen los requisitos exclusivamente para mujeres; estimulando así su acceso a fuentes de financiamiento. Fortalecer los departamentos de control del sistema financiero y evitar discriminación de las mujeres en las aplicaciones de crédito; disminuir al mínimo las disparidades entre mujeres y hombres, concerniente a tasas de interés y cantidades asignadas de los créditos otorgados.
- Dado el alto grado de informalidad principalmente de las MYPE propiedad de mujeres, es necesario dar cumplimiento al artículo 21 , 22 y 29, 36 y 37 de la Ley de Fomento, Protección y Desarrollo para la Micro y Pequeña Empresa de disminuir la rigurosidad de trámites por parte de instituciones como el Centro Nacional de Registro (CNR), Ministerio de Hacienda, Ministerio de Trabajo, entre otras para facilitar la formalización de las MYPE lideradas por mujeres, y así facilitar el aprovechamiento de oportunidades de acceso a: financiamiento, capacitaciones, mercado nacional e internacional y desde luego, incursionar en el mercado de compras públicas.
- Modificar la LACAP, donde se estipule que se pague al menos el 50% de la compra realizada durante los primeros 15 días, después de haber entregado la obra, bien o servicio y completar el faltante al concluir los 30 días plazo; y así evitar que los prolongados plazos de pago establecidos en la Ley.
- Resulta de especial atención hacer énfasis en las reformas que se han venido dando a la LACAP, en la más reciente aprobada en marzo del año 2019, se contempla que las 390 instituciones del Estado que compran con fondos públicos deben adquirir al menos el 25% de las compras al sector de las MIPYME y el 10% a las que son propiedad de mujeres. y a la luz de la temática que se ha venido desarrollando a medida se escala de tamaño de empresa las compras se concentran en las de mayor tamaño en este caso la pequeña y mediana empresa, dejando con menor participación a la microempresa principalmente por el entorno en que estas

se insertan. Por tanto, cabe recomendar que es necesario sacar del margen de preferencia a la mediana empresa.

Ante la poca disponibilidad de estadísticas desagregadas por sexo, tamaño de la empresa a nivel departamental y municipal de las personas propietarias de las MYPE y la elaboración de informes de monitoreo de forma generalizada realizados por las instituciones que velan por el crecimiento y desarrollo de las mismas, es decir, no separación estadística de microempresas y pequeñas empresas y si estas son propiedad de hombres o de mujeres, surge la necesidad de crear un sistema estadístico que integre información cualitativa y cuantitativa desagregada por sexo del propietario(a), tamaño de la empresa a nivel departamental y municipal, con la finalidad de facilitar futuras investigaciones que pueden seguir el mismo sentido y aportar nuevas propuestas de mejora para las mujeres y hombres propietario(as) de las MYPE.

BIBLIOGRAFÍA

- Asamblea Legislativa. (2000). Ley de Adquisiciones y Contrataciones Públicas. Decreto No. 868. Emitido:05/04/2000. Publicado en el Diario Oficial N°70 el 15/05/2010. San Salvador.
- Asamblea Legislativa. (2011). Ley de Igualdad, Equidad y Erradicación de la Discriminación contra las Mujeres. Decreto No. 645. Publicado en el Diario Oficial N.70. Marzo 8, 2011. San Salvador.
- Asamblea Legislativa. (2011). Ley Especial Integral para una Vida Libre de Violencia para las Mujeres. D.L. N°. 520, publicado en el D. O. N°. 2, Tomo 390. San Salvador.
- Asamblea Legislativa. (2014). Ley de Fomento, Protección y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa. Publicado en el Diario Oficial N1 90, con fecha 20/05/2014. p. 6. San Salvador.
- Barquet, M., & Benítez, A. (2012). La transversalización de la perspectiva de género: Una estrategia para avanzar a la igualdad. México.
- Benitez, L., Zabala, S., Diaz, D., & Gómez, F. (s.f.). Desarrollo, Sostenibilidad y Equidad de Género. Colombia.
- Botello, H. A. (2015). Determinantes del acceso al credito de las PYMES en Colombia. Ensayos de Economía. Recuperado el 13 de Marzo de 2019, de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/ede/article/download/53631/53078>.
- CONAMYPE. (2013). Política Nacional para el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa. San Salvador.
- CONAMYPE. (2017). Encuesta Nacional de la Micro y Pequeña Empresa. Comisión Nacional para la Micro y Pequeña Empresa. Recuperado el 17 de Marzo de 2019
- CONAMYPE-ISDEMU. (2013). Marco Integrado de Evaluación de un Entorno Favorable para el Desarrollo de la Mujer Empresaria EFADEMUS. San Salvador.

- Cruz, M., López, E., Cruz, R., & Meneses, G. (2016). ¿Por qué no crecen las Micro y Pequeñas empresas en México? Querétaro: Universidad Tecnológica de Tecámac.
- Escandón Barbosa, D., & Arias Sandoval, A. (2011). Factores que componen la competitividad de las empresas creadas por mujeres y las relaciones entre ellos. Bogotá.
- Esquivel, V. (2011). La Economía del Cuidado en América Latina: Poniendo a los Cuidados en el Centro de la Agenda. Panamá.
- García Prince, E. (2008). Políticas de igualdad, equidad y gender mainstreaming ¿de qué estamos hablando? PNUD/Fondo España-pnud/accd, Barcelona.
- GEM. (2013). Global Entrepreneurship Monitor 2012 Women Repost. Monterrey, México.
- Heller, L. (2010). Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos. CEPAL. Santiago de Chile.
- Hernández, C., & Camarena, M. (2014). El movimiento feminista en America Latina. Su recorrido y las condiciones de inequidad de género en: Los nuevos desafíos para America Latina. Chile.
- IAM. (2017). Consejería de Igualdad y Políticas Sociales.
- Incháustegui, & Ugalde. (2004). Materiales y herramientas conceptuales para la transversalización de género. México.
- INM. (2011). Los Recursos y Resultados Empresariales: Una perspectiva de Género. España.
- INMUJERES. (2010). El impacto de los estereotipos y los roles de género en México. México.
- ISDEMU. (2014). Política Nacional de las Mujeres. San Salvador.
- ISDEMU. (2016). Plan Nacional de Igualdad . San Salvador.
- ISDEMU. (2018). Obtenido de ISDEMU: <http://www.isdemu.gob.sv/>

- Ladagga, R. (2016). [www.entrepreneur.com](https://www.entrepreneur.com/article/275228). Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/275228>
- Lamas, M. (2008). ¿Que es eso de género? Conferencias de Género y Cultura de la Paz. Mexico.
- Lombardo, E. (2005). "Integrating or setting the agenda? Gender mainstreaming in the european constitution-making process". Revista Jurídica de Igualdad Entre Hombres y Mujeres. España.
- Martínez, M. Á. (2013). La perspectiva de género en las políticas públicas en México: Alcances, limites y desafíos contemporaneos. México.
- MINEC-CONAMYPE. (2012). Informe del Proyecto de Apoyo a las MYPE en Compras Gubernamentales. San Salvador.
- Ministerio de Hacienda. (2006). Manual de Procedimientos para la Adquisición de Bienes y Servicios. San Salvador.
- Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables. (2012). Orientaciones para transversalizar el enfoque de género en las políticas públicas. Perú.
- Moser, C. (1989). Gender Planning and Development: Theory, Practice and Training. Londres.
- Murguialday, C. (2010). Enfoque de políticas hacia las mujeres. España.
- Nelson, J., & Ferber, M. (2003). Para un Trabajo Fundante desde la Perspectiva de la Economía Feminista. Beyond Economic Man.
- OCDE. (2012). Closing the gender gap. Act Now.
- OIT. (17 de Marzo de 2019). Instrumentos para la igualdad de género. Definición de la transversalización de la perspectiva de género. Obtenido de Organización Internacional del Trabajo (OIT): <http://www.ilo.org/public/spanish/bureau/gender/newsite2002/about/defin.htm>
- Perez Orozco, A. (2014). Subversión Feminista de la Economía. Madrid, España.

- Piacentini, M. (30 de Abril de 2019). Women Entrepreneurs in the OCDE: Key Evidence and Policy Challenges. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.1787/5k43bvtkmb8ven>
- Powers, J., & Magnoni, B. (2010). Dueña de tu propia empresa: Identificación, análisis y superación de las limitaciones a las pequeñas empresas de las mujeres en América Latina y el empresas de las mujeres en América Latina y el Caribe. Washington, D.C.
- Rodríguez Enríquez, C. (Marzo-Abril de 2015). Economía Feminista y Economía del Cuidado: Aportes Conceptuales para el Estudio de la Desigualdad. Nueva Sociedad.
- Rodríguez Enríquez, C., & Pautassi, L. (2005). La Organización Social del Cuidado de Niñas y Niños. Buenos Aires.
- Scarone, E. (2016). El Círculo Vicioso de las Pequeñas Empresas. Uruguay.
- SELA. (2010). Desarrollando mujeres empresarias: La Necesidad de Replantear Políticas y Programas de Género en el Desarrollo de PYMES. Caracas.
- Subirats, J., Knoepfel, P., Laure, C., & Varone, F. (2008). Análisis y gestión de políticas públicas. Barcelona.
- Valenzuela, E. (2005). ¿Nuevos senderos para las mujeres?. Microempresa y Género en America Latina en el umbral del siglo XXI. Santiago de Chile.
- Valle Rodríguez, G., & Bueno Sánchez, E. (2006). Las políticas públicas desde una perspectiva de género. CEDEM, Centro de Estudios Demograficos, Universidad de La Habana. La Habana: Novedades en Población. Recuperado el 17 de Marzo de 2019, de http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/Cuba/cedem-uh/20100313023232/Políticas_public
- Young, K., Wolkowitz, C., & McCullagh, R. (1981). Of Marriage and Market: Women's Subordination International Perspective. London: CSE Books.

Zuazúa, N., & Rodríguez Enríquez, C. (Abril de 2010). Estrategia de Desarrollo y Equidad de Género. Mujer y Desarrollo.

Zumbado, C. (2003). Género y Políticas de Desarrollo: La Brecha entre el Decir y el Hacer. Barcelona.

ANEXOS

Anexo 1

Distribución de las MYPE según sexo y tamaño de las empresas, año 2017.

Categoría	Mujeres	%	Hombres	%	Total	%
Microempresa	110,038	57	83,046	43	193,084	92
Pequeña Empresa	4,396	26	12,520	74	16,916	8
Total	114,434	54	95,566	46	210,000	100

Fuente: DIGESTYC-CONAMYPE.

Anexo 2

Áreas de capacitación de las personas según sexo y tamaño de las empresas (en %).

Áreas de capacitación	Microempresa		Pequeña Empresa	
	Mujeres %	Hombres%	Mujeres%	Hombres%
Como crear una empresa	20	0	0	0
Manejo empresarial	10	0	0	0
Uso de nuevas tecnologías	0	10	10	15
Cadenas productivas	0	10	0	0
Emprendimiento	20	0	0	0
Producción	10	8	10	10
Costos	16	0	0	0
Innovación	0	0	0	0
Talleres vocacionales	20	0	0	0
Género	10	0	0	0
Compras públicas	0	10	8	15

Fuente: Elaboración propia con base en estudio de campo.

Anexo 3

Beneficios de las capacitaciones para las personas según sexo y tamaño de las empresas (en %)

Beneficios obtenidos	Microempresa		Pequeña Empresa	
	Mujeres %	Hombres%	Mujeres%	Hombres%
Mayor producción	0	36	0	0
Incremento en ventas	35	100	77	100
Acceso a nuevos mercados	0	36	54	91
Empoderamiento	47	0	77	0
Mejora en la autoestima	47	0	38	0
Manejo del dinero	35	36	0	100

Fuente: Elaboración propia con base en estudio de campo.

Necesidad de capacitación de las personas según sexo y tamaño de las empresas (en %).

Rango	Microempresa		Pequeña Empresa	
	Mujeres %	Hombres %	Mujeres %	Hombres %
Mercadeo y Plan de negocio	53	50	85	0
Innovación y uso de las TIC	0	0	0	45
Emprendimientos económicos	21	25	15	36
Asocios o encadenamientos productivos	0	4	0	5
Vinculaciones financieras	12	4	0	0
Estudio de factibilidad y de mercadeo	0	18	0	14
Costos de producción	14	0	0	0
Total	100	100	100	100

Fuente: Elaboración propia con base en estudio de campo.

Obstáculos para concursar en el mercado de compras públicas según sexo, tamaño de las empresas y municipios representativos de cada región geográfica.

Municipios	Obstáculos	Microempresa				Pequeña Empresa				Total
		Mujer		Hombre		Mujer		Hombre		
		N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	
San Salvador	Carece de conocimientos para hacer una oferta técnica	15	33	2	20	2	40	0	0	19
	No conoce cómo funciona	7	16	2	20	1	20	0	0	10
	No cumple con los requisitos exigidos	23	51	6	60	2	40	2	100	33
	Total	45	100	10	100	5	100	2	100	62
Santa Ana	Carece de conocimientos para hacer una oferta técnica	6	55	2	40	0	0	1	50	9
	No conoce cómo funciona	2	18	0	0	0	0	0	0	2
	No cumple con los requisitos	3	27	3	60	2	100	1	50	9
	Total	11	100	5	100	2	100	2	100	20
San Miguel	Carece de conocimientos para hacer una oferta técnica	3	50	1	33	1	50	0	0	5
	No conoce cómo funciona	1	17	0	0	1	50	1	100	3
	No cumple con los requisitos exigidos	2	33	2	67	0	0	0	0	4
	Total	6	100	3	100	2	100	1	100	12

Fuente: Elaboración propia con base en estudio de campo.

Obras, bienes y servicios ofertados por las MYPE según sexo, tamaño de las empresas y municipios representativos de cada región geográfico.

Municipios	Bienes, Obras y Servicios	Microempresa				Pequeña Empresa				Totales
		Mujer		Hombre		Mujer		Hombre		
		N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	
San Salvador	Alimentos y banquetes	1	17	0	0	1	25	0	0	2
	Construcción, mantenimiento y materias de construcción	0	0	8	38	0	0	8	32	16
	Equipos electrónicos y tecnología	0	0	2	10	0	0	3	12	5
	Limpieza	3	50	0	0	1	25	3	12	7
	Papelería, equipos y materiales de oficina	0	0	2	10	1	25	3	12	6
	Productos químicos	2	33	0	0	0	0	0	0	2
	Textiles	0	0	7	33	1	25	5	20	13
	Transporte de pasajeros	0	0	2	10	0	0	3	12	5
Santa Ana	Total	6	100	21	100	4	100	25	100	56
	Alimentos y banquetes	1	100	0	0	0	0	0	0	1
	Construcción, mantenimiento y materias de construcción	0	0	2	100	0	0	2	67	4
	Equipos electrónicos y tecnología	0	0	0	0	0	0	1	33	1
	Textiles	0	0	0	0	1	100	0	0	1
	Total	1	100	2	100	1	100	3	100	7
San Miguel	Alimentos y banquetes	0	0	0	0	0	0%	0	0	0
	Construcción, mantenimiento y materias de construcción	0	0	2	100	0	0	1	50	3
	Equipos electrónicos y tecnología	0	0	0	0	0	0	1	50	1
	Textiles	1	100	0	0	1	100	0	0	2
	Total	1	100	2	100	1	100	2	100	6

Fuente: Elaboración propia con base en estudio de campo.

Instituciones del Estado que compran a las MYPE según sexo, tamaño de las empresas y municipios representativos de cada región geográfico.

Municipios	Instituciones del Estado	Microempresa				Pequeña Empresa				Total
		Mujer		Hombre		Mujer		Hombre		
		N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	
San Salvador	Autónomas	0	0	10	45	0	0	11	44	21
	Empresas Públicas	0	0	11	55	0	0	14	56	25
	Gobierno Central	2	20	0	0	2	50	0	0	4
	Municipalidades	4	80	0	0	2	50	0	0	6
	Total	6	100	21	100	4	100	25	100	56
Santa Ana	Autónomas	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Empresas Públicas	0	0	0	0	0	0	3	100	3
	Gobierno Central	0	0	2	100	0	0	0	0	2
	Municipalidades	1	100	0	0	1	100	0	25	2
	Total	1	100	2	100	1	100	3	100	7
San Miguel	Autónomas	0	0	0	0	0	0	2	100	2
	Empresas Públicas	0	0	2	100	0	0	0	0	2
	Municipalidades	1	100	0	0	1	100	0	0	2
	Total	1	100	2	100	1	100	3	100	6

Fuente: Elaboración propia con base en estudio de campo.

Monto de venta realizada al Estado según sexo, tamaño de las empresas y municipios representativos de cada región geográfica (en miles de US\$)

Municipios	Montos en US\$	Microempresa				Pequeña Empresa				Total
		Mujer		Hombre		Mujer		Hombre		
		N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	
San Salvador	Menos de US\$1,000.00	4	67	5	24	2	50	2	8	13
	Hasta US\$5,000.00	2	33	8	38	1	25	6	24	17
	Hasta US\$10,000.00	0	0	6	29	1	25	9	36	16
	Hasta US\$15,000.00	0	0	2	10	0	0	4	16	6
	Más de US\$15,000.01	0	0	0	0	0	0	4	16	4
	Total	6	100	21	100	4	100	25	100	56
Santa Ana	Menos de US\$1,000.00	1	100	0	0	0	0	0	0	1
	Hasta US\$5,000.00	0	0	2	100	1	100	0	0	3
	Hasta US\$10,000.00	0	0	0	0	0	0	3	100	3
	Total	1	100	2	100	1	100	3	100	7
San Miguel	Menos de US\$1,000.00	1	100		0	1	100	0	0	2
	Hasta US\$5,000.00	0	0	2	100	0	0	0	0	2
	Hasta US\$10,000.00	0	0	0	0	0	0	2	100	2
	Total	1	100	2	100	1	100	2	100	6



Fuente: Elaboración propia con base en estudio de campo.

Años de proveer al Estado según sexo, tamaño de las empresas y municipios representativos de cada región geográfica.

Municipios	Años de proveer	Microempresa				Pequeña Empresa				Total
		Mujer		Hombre		Mujer		Hombre		
		N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	
San Salvador	1-2 Años	3	50	11	52	2	50	13	52	29
	2-3 Años	2	33	7	33	2	50	9	36	20
	Más de 5 Años	1	17	3	14	0	0	3	12	7
	Total	6	100	21	100	4	100	25	100	56
San Miguel	1-2 Años	1	100	2	100	1	100	2	67	6
	2-3 Años	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Más de 5 Años	0	0	0	0	0	0	1	33	1
	Total	1	100	2	100	1	100	3	100	7
Santa Ana	1-2 Años	1	100	2	100	1	100	2	100	6
	2-3 Años	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Más de 5 Años	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Total	1	100	2	100	1	100	2	100	6

Fuente: Elaboración propia con base en estudio de campo.

Formato de cuestionario dirigido a personas propietarias de las MYPE.

	UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ESCUELA DE ECONOMÍA																										
“PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES PROPIETARIAS DE LAS MYPE’s EN EL MERCADO DE COMPRAS PÚBLICAS”																											
Objetivo de la investigación: Determinar la participación de las mujeres propietarias de la MYPE’s en el mercado de compras públicas.																											
Objetivo del cuestionario: Recolectar información primaria sobre el perfil empresarial y participación de las mujeres propietarias de las MYPE’s en el mercado de compras públicas.																											
Nota: La encuesta es dirigida a personas propietarias de las MYPE’s que residen en los municipios de: San Salvador, Santa Ana y San Miguel. La información que usted proporcione será administrada de forma confidencial y se utilizará únicamente para fines académicos.																											
Número de cuestionario	Fecha de llenado	Hora																									
	Día: _____ Mes: _____ Año: _____																										
Municipio:	San Salvador: _____ Santa Ana: _____ San Miguel: _____ Ubicación geográfica: Urbana: _____ Rural: _____																										
Indicaciones: Responda de forma objetiva según su experiencia, marcando con una “X” la respuesta de su elección.																											
1. INFORMACIÓN GENERAL DEL EMPRESARIO(A) MYPE.																											
1. Sexo: Hombre <input type="checkbox"/> Mujer <input type="checkbox"/> 2. Estado Civil: Soltero/a <input type="checkbox"/> Casado/a <input type="checkbox"/> Divorciado/a <input type="checkbox"/> Viudo/a <input type="checkbox"/> Acompañado/a <input type="checkbox"/> 3. Jefe(a) de hogar: Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 4. Edad cumplida:																											
a) No ha asistido a la escuela <input type="checkbox"/> b) Parvularia (4 a 6 años) <input type="checkbox"/> c) Primer ciclo (1° a 3° grado) <input type="checkbox"/> d) Segundo ciclo (4° a 6° grado) <input type="checkbox"/> e) Tercer ciclo (7° a 9° grado) <input type="checkbox"/> f) Bachillerato (1 a 3 años) <input type="checkbox"/> g) Técnico. <input type="checkbox"/> h) Universitario <input type="checkbox"/> i) Postgrado (Maestría o doctorado) <input type="checkbox"/> j) Alfabetizado <input type="checkbox"/>																											
6. ¿Tiene hijos(as)? (Si responde “No” pase a la pregunta 10) Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 7. ¿Cuántos hijos e hijas tienen en total? Hijos: _____ Hijas: _____ 8. ¿Cuál es la edad de sus hijos e hijas?																											
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 15%;">Edad \ Sexo</th> <th style="width: 12.5%;">0-10</th> <th style="width: 12.5%;">11-15</th> <th style="width: 12.5%;">16-20</th> <th style="width: 12.5%;">21-25</th> <th style="width: 12.5%;">26-30</th> <th style="width: 12.5%;">Más de 30</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">Hombre</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Mujer</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Edad \ Sexo	0-10	11-15	16-20	21-25	26-30	Más de 30	Hombre							Mujer												
Edad \ Sexo	0-10	11-15	16-20	21-25	26-30	Más de 30																					
Hombre																											
Mujer																											
9. ¿Cuántos dependen económicamente de usted? 1-3 <input type="checkbox"/> 4-5 <input type="checkbox"/> 6-7 <input type="checkbox"/> Más de 7 <input type="checkbox"/>																											
10. ¿A cuál estrato empresarial pertenece? Microempresa <input type="checkbox"/> Pequeña empresa <input type="checkbox"/>																											
11. ¿Sector de actividad económica al que se dedica? Industria <input type="checkbox"/> Comercio <input type="checkbox"/> Servicios <input type="checkbox"/> Maquila <input type="checkbox"/> Transporte <input type="checkbox"/> Construcción <input type="checkbox"/> Minas y Cantera <input type="checkbox"/>																											
12. ¿Cuál es la edad de la empresa? 1 a 5 años <input type="checkbox"/> 6 a 10 años <input type="checkbox"/> 11 a 15 años <input type="checkbox"/> 16 a 20 años <input type="checkbox"/> 21 a 25 años <input type="checkbox"/> 26 a más <input type="checkbox"/>																											
2. PROPIEDAD DE ACTIVOS																											
2.1. ACTIVOS TANGIBLES																											
13. ¿El local dónde se ubica su empresa es? Propio <input type="checkbox"/> Alquilado <input type="checkbox"/> Prestado <input type="checkbox"/> Propiedad de familiares <input type="checkbox"/> Usurpada																											
14. De los siguientes servicios indique cuáles posee su empresa: Alumbrado eléctrico <input type="checkbox"/> Agua Potable <input type="checkbox"/> Servicio sanitario <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/> Recolección de desechos sólidos <input type="checkbox"/> Teléfono fijo <input type="checkbox"/> Cable <input type="checkbox"/>																											

15. ¿Tiene acceso al crédito para uso exclusivo de la MYPE? (Si su respuesta es "No" pasar a la pregunta 21).
Sí No
16. ¿Qué institución le ha brindado el crédito?
BANDESAL BFA BH Fondo del Desarrollo Económico Banca privada Otras Instituciones
17. ¿Cuál es el monto de crédito que ha recibido?
Menos de US\$2,500.00 Entre US\$2,500.01 a US\$5,000.00
Entre US\$5,000.01 y US\$10,000.00 Más de US\$10,000.01
18. ¿Qué tasa de interés paga por su crédito?
Menos de 5% Entre 5% y 10% Más de 10% y menos de 15%
Entre 15% y 20% Más de 20% y menos de 25% Entre 25% y más
19. ¿Qué garantías le exigieron para obtener el crédito?
Fiador Hipotecaria Bienes del hogar Bienes del negocio Otros (mencione): _____
20. ¿Cuál fue el destino de su crédito?
Capital trabajo Activo fijo Remodelar local Consolidar deudas Otros (mencione): _____
21. ¿Cuáles son las razones por las que no tiene acceso al crédito?
Muchos requisitos No tiene garantías Temeroso(a) a las deudas
Tasa de interés muy alta Demoras en trámites No lo necesita
22. ¿Hace uso de maquinaria o equipo en el proceso productivo? (Si su respuesta es "No" pase a la pregunta 25)
Sí No
23. ¿Cómo obtuvo la maquinaria o equipo?
Compra al crédito Compra al contado Donación Herencia
Arrendada Prestada Otros (mencione): _____
24. ¿En qué estado obtuvo la maquinaria o equipo?
Nuevo Usado
25. ¿Por qué no hace uso de maquinaria y equipo?
No es necesario Escasos recursos financieros Desconocimiento del manejo
Otros (mencione): _____

2.2. ACTIVOS INTANGIBLES

26. ¿Su empresa está formalizada? (Si su respuesta es "No" pase a la pregunta 30)
Sí No
27. ¿Con qué registros contables y tributarios cuenta la empresa?
Registro de ingresos y gastos Registro IVA Ambas
28. ¿Con qué periodicidad realiza control de ingresos y gastos?
Diario Semanal Quincenal Mensual Trimestral Anual
29. ¿Cuáles son los beneficios de estar formalizada?
Apertura a nuevos mercados Acceso a crédito y financiamiento Mayores ventas y ganancias Acceso a capacitación
Mayores posibilidades para exportar Otros (mencione): _____
30. ¿Por qué razón no está formalizada?
Mayor pago de Impuestos Mayores gastos administrativos Obliga a ofrecer prestaciones sociales a los empleados
Trámites burocráticos Otras (mencione): _____
31. ¿Ha recibido alguna capacitación? (Si su respuesta es "No" pase a la pregunta 38)
Sí No
32. ¿Qué institución impartió la capacitación?
CONAMYPE INSAFORP ONG Alcaldía Ciudad Mujer UNAC
33. ¿Qué áreas de capacitación y/o formación ha recibido?
Como crear una empresa Manejo empresarial Uso de nuevas tecnologías Cadena productiva
Asociatividad Emprendedurismo Producción Costos
Innovación Talleres vocacionales Mercadeo Género
Compras públicas
34. ¿Finalizo satisfactoriamente la capacitación? (Si su respuesta es "Si" pase a la pregunta 36)
Sí No
35. ¿Cuál es la razón por la que no finalizó la capacitación?
Cuido de los hijos Jornadas de capacitación extensa Otras (mencione): _____
36. ¿Qué beneficios ha recibido de las capacitaciones?
Mayor producción Formalizar el negocio Incremento en ventas Competitividad
Innovación Acceso a nuevos mercados Empoderamiento Mejora en Autoestima
Manejo del dinero

37. ¿En qué otro aspecto necesita que se le forme?
 Mercadeo, plan de negocio Emprendimientos económicos Estudio de factibilidad y de mercado
 Innovación y uso de las TIC Asocios o encadenamientos productivos Vinculaciones financieras
 Costos de producción Embalaje Otros (mencione): _____

38. ¿Qué limitó que usted participara en las capacitaciones?
 Cuido de los hijos(as) Horarios en que se imparten Lejanía del lugar dónde se imparten
 Horarios que se imparten Otras (mencione): _____

39. A su criterio ¿en cuáles de los siguientes aspectos se debe trabajar para que las capacitaciones sean brindadas en igualdad de condiciones?
 Ajuste de horarios Lugares más accesibles Guarderías
 Otras (mencione): _____

40. ¿Ha recibido asistencia técnica? (Si su respuesta es "No" pase a la pregunta 43)
 Sí No

41. ¿Qué tipo de asistencia técnica ha recibido?
 Imagen comercial Diseño de procesos productivos Reformulación y diversificación de productos
 Planes de mercadeo Creación y uso de página web Otros (mencione): _____

42. ¿Qué beneficios obtuvo de la asistencia técnica?
 Mejoró la imagen comercial Diversificó su producción Aumentó las ventas Aumentó su cartera de clientes
 Mejoró la calidad de sus productos Otras (mencione): _____

43. ¿Qué limitó que recibiera asistencia técnica?
 No esta formalizado No cuenta con el capital para la contrapartida
 Desconoce de los servicios técnicos que brindan las instituciones No la necesita
 Otras (mencione): _____

44. ¿Es usted miembro(a) de una organización empresarial? (Si su respuesta es "No" pase a la pregunta 51)
 Sí No

45. ¿A qué tipo de organización empresarial pertenece?
 Asociación Cooperativa Gremial empresarial Otros (mencione): _____

46. ¿Cuántos años tiene de formar parte de la organización?
 1-2 años 3-4 años Más de 4 años

47. ¿Qué posición ocupa dentro de la organización?
 Directivo(a) Asociado

48. ¿Participa en la toma de decisiones? (Si su respuesta es "No" pase a la pregunta 49)
 Sí No

49. ¿Qué tipo de decisiones?
 Estratégicas Administrativas Políticas

50. ¿Cuáles son los beneficios que obtiene al ser parte de la organización empresarial?
 Acceso al mercado de compras públicas Acceso al mercado internacional Acceso a crédito y financiamiento
 Mayores ventas y ganancia Negociación de precios Acceso a capacitación
 Otros(mencione): _____

51. ¿Por qué razón no pertenece a una organización empresarial?
 Rivalidad No le interesa Menores ganancias Malas experiencias
 Otras (mencione): _____

3. SITUACIÓN LABORAL E INGRESOS

52. ¿Contrata empleados para desarrollar la actividad productiva? (Si su respuesta es "No" pase a la pregunta 56)
 Sí No

53. ¿Cuántos empleados(as) tiene para desarrollar la actividad productiva?

Cantidad	1-5	6-10	11-20	21-30	31-40	41 a 50	Más de 50
Sexo							
Hombre							
Mujer							

54. ¿Los(as) empleados(as) de su empresa gozan de las prestaciones laborales de Ley?
 Sí No

55. ¿Cuáles son las prestaciones de Ley que paga a los(as) trabajadoras?
 Seguro Social y AFP Vacaciones Anuales Aguinaldo Las tres opciones anteriores

56. Si no contrata empleados ¿qué personas aparte de usted se dedican a desarrollar la actividad productiva?
 Mamá Papá Hermano(as) Hijo(as) Pareja de vida
 Otros(as) mencione: _____

57. ¿Cuál es el valor de las ventas promedio mensual de la empresa?
 \$476.17 - \$1,000.00 \$1,000.01 - \$5,000.00 \$5,000.01 - \$10,109.95 \$ 10,110.96 - \$30,000.00
 \$30,000.01 a \$50,000.00 \$50,000.01 - \$101,036.54

4. PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO DE COMPRAS PÚBLICAS

58. ¿Ha concursado en el mercado de compras públicas? (Si su respuesta es "No" pase a la pregunta 66)

Sí No

59. Si ha concursado, ¿ha logrado concretar algún contrato con el Estado? (Si su respuesta es "No" pase a la pregunta 67)

Sí No

60. ¿Cuál o cuáles de los siguientes bienes, obras o servicios ha proveído al Estado?

Construcción, mantenimiento y materias de construcción	<input type="checkbox"/>	Equipos electrónicos y tecnología	<input type="checkbox"/>
Consultoría/Asistencia técnica	<input type="checkbox"/>	Aire acondicionado	<input type="checkbox"/>
Equipos y materiales médicos	<input type="checkbox"/>	Papelera, equipos y materiales de oficina	<input type="checkbox"/>
Alimentos y banquetes	<input type="checkbox"/>	Limpieza	<input type="checkbox"/>
Textiles	<input type="checkbox"/>	Productos químicos	<input type="checkbox"/>
Transporte	<input type="checkbox"/>	Productos artesanales	<input type="checkbox"/>
Otros (mencione): _____			

61. ¿Cuáles son las principales instituciones públicas a las que ha proveído bienes, obras y/o servicios?

Autónomas Empresas públicas Gobierno central Hospitales Municipalidades

62. ¿Cuántos años tiene de proveer el Estado?

1-2 3-4 Más de 5

63. ¿Con qué periodicidad provee al Estado?

Diario Semanal Mensual Trimestral Anual

64. ¿A cuánto asciende el ingreso por la última venta realizada al Estado?

Menos de \$1,000.00 \$5,000.01-\$10,000.00 \$10,000.01-\$15,000.00 Más \$15,000.01

65. ¿Cuál es período de pago más frecuente por la venta realizada al Estado?

Hasta 30 días Hasta 60 días Hasta 90 días Más de 90 días

66. ¿Cuáles son las razones por que no ha concursado en el mercado de compras públicas?

No conoce cómo funciona No cumple con los requisitos Pagos prolongados por parte del Estado

Otras (mencione): _____

67. ¿Cuáles son las principales razones por las que no pudo concretar un contrato con el Estado?

Precio de los productos y servicios Producción limitada No cumplió con los requisitos

Competencia La oferta técnica carece de información Otras (mencione): _____

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Resultados de entrevistas.

Institución: Ministerio de Hacienda Unidad y/o Departamento: Unidad Normativa de Adquisidores y Contrataciones
Pregunta 1: Si bien es cierto se han venido haciendo reformas a la LACAP para impulsar las compras a las MYPE's, de acuerdo a su experiencia ¿Cuáles son las principales razones que dificultan la mayor participación de personas empresarias MYPE en el mercado de compras públicas?
Comentario:
<ul style="list-style-type: none"> • El factor fundamental es el aspecto del pago, el Estado no tiene un mecanismo de pago ágil a pesar de haber derechos consagrado en favor de las MYPE, como lo es la disposición contenida en la Ley MYPE de pagar en 30 días esto no se cumple. • Otro factor no significativo pero si importante es la barrera de índole tecnológico, puesto que el proceso de compras requiere de uso de correo, descargar documentos, escanear documentos de acuerdo a los criterios que se vayan estableciendo hasta finalizar el proceso.
Pregunta 2: ¿Considera que las mujeres propietarias de las MYPE enfrentan mayores dificultades para participar en el mercado de compras públicas? ¿Cuáles son esas dificultades?
Comentario
<ul style="list-style-type: none"> • La mayoría de mujeres empresarias tienen que atender otras responsabilidades limitando el margen de estar pendiente en la gestión de compras, por el tiempo que requiere de seguir los procesos ante los diferentes cambios que se deben hacer a las solicitudes requeridas por las instituciones demandantes. • El financiamiento juega un papel fundamental dado el bajo acceso de las mujeres a servicios financieros limitando invertir y producir más, llevando a tener producción limitada y no poder cubrir la demanda requerida. • La desconfianza por parte de las mujeres al no haber transparencia por parte de los compradores de hacer publicidad sobre los resultados de compra o sobre los procesos de compras vigentes por parte de las instituciones.
Pregunta 3: Si bien es cierto el hecho que concursen no indica que logren firmar un contrato con el Estado, a su criterio ¿Cuál o cuáles son las razones del porque no logran firmar un contrato con el Estado?

Comentario
Una de las principales razones es la inconsistencia de las ofertas presentadas a veces no tienen pleno conocimiento sobre cuáles son los términos en que compra el Estado, puesto que existe un sistema de cumplimiento, para poder proveer debe cumplir todos los criterios no solo una parte de los establecidos para poder ser objeto de adjudicación.
Pregunta 4: ¿Qué obras, bienes o servicios demanda el Estado de las MYPE propiedad de mujeres?
Comentario
No existe distinción de que obras bienes o servicios se va a comprar a los hombres y a las mujeres, sino que se genera una demanda de obras, bienes o servicios. Si puede existen rubros o nichos de mercado donde pueden tener mayor incidencia las mujeres, por ejemplo: temas de Catering, arreglos etc.
Pregunta 5: El avance en los reconocimientos de los derechos de las mujeres ha permitido definir un marco jurídico que reivindica los derechos económicos, en ese contexto ¿Conoce o implementa como institución del Estado, acciones que fomenten o permitan una mayor participación de las mujeres que lideran MYPE para el aprovechamiento del mercado de compras públicas?
Comentario
<ul style="list-style-type: none"> • Se dio el impulso a la reforma de la LACAP donde se establezca un porcentaje de participación específico de mujeres en el mercado de compras públicas. • Se ha trabajado de la mano con CONAMYPE en cuanto a establecer actividades de formación para los asesores MYPE y para el personal de la UNAC para identificar aspectos que se puedan incorporar en los pliegos de condiciones , bases de licitaciones y términos de referencia a efecto de fomentar la participación de las mujeres.
Pregunta 6: Si bien las UACI se rige de acuerdo a lo que la Ley mandata ¿En su institución se está haciendo esfuerzos por transverzalizar el enfoque de género en los procesos de compras? ¿Cómo lo hace? ¿Se fomenta la participación en igualdad de condiciones entre mujeres y hombres en el mercado de compras públicas?
Comentario
Como entidad normativa los efectos son transversales aplican a todas las entidades compradoras de las 390 instituciones que compran con fondos públicos tienen en cuenta el parámetro de cumplir con el requisito de ser MIPYME, se hacen políticas para fomentar compras hacia mujeres auxiliándose del ente competente que es CONAMYPE, puesto que tienen rubros en los cuáles están más fortalecidos los gremios de mujeres y que garantizar que sea una participación efectiva donde compita, gane y se mantenga en el mercado

Institución: Comisión Nacional para la Micro y Pequeña Empresa

**Unidad y/o Departamento: Ventanilla de Empresarialidad Femenina Regional CONAMYPE
Santa Ana.**

Pregunta 1: Su institución se ha creado para promover el desarrollo de las MYPE, de acuerdo a su experiencia ¿Cuáles son las principales razones que dificultan la mayor participación de las mujeres propietarias de las MYPE's en el mercado de compras públicas?

Comentario

- Calidad de los productos: las mujeres no están preparadas para cumplir con los criterios establecidos.
- Capacidad instalada: no cuentan con instalaciones adecuadas, maquinaria y equipo, lo que implica tener producción limitada y no pueden cumplir con la cuota de demanda por parte de las instituciones del Estado.
- No cuentan Capital trabajo que le permita esperar los tiempos prolongados de pago por parte del Estado, si bien es cierto la Ley MYPE establece 30 días de pago, pero en la realidad no se cumple. Sumado a ello que las condiciones blandas o diferenciadas para el trato de las mujeres son limitadas para el acceso a líneas de crédito.

Pregunta 2: ¿Cuenta la institución con programas específicos de apoyo a las MYPE para que participen en el mercado de compras públicas? ¿Quiénes se benefician en mayor medida de estos programas las mujeres o los hombres? ¿a qué le atribuye esas brechas, si las hay?

Comentario

- La institución cuenta con una Gerencia de Proveedores dentro de la estructura orgánica que tiene por objetivo fortalecer el proceso de compras y hacer que se cumpla el porcentaje establecido en la Ley.
- Cuenta con programas de asistencia técnica para atender a las personas propietarias del sector de las MYPE.
- En mayor medida estos programas son aprovechados por los hombres y se debe a que las mujeres desempeñan un triple rol en la sociedad: madres, esposas, trabajo reproductivo y el cuidado de terceros por tanto se le dificulta para poder asistir a capacitaciones.

Pregunta 3:¿Cuáles son los retos de la CONAMYPE para lograr mayor participación de las mujeres propietarias de MYPE en el mercado de compras públicas?

Comentario

- Los retos principales de la CONAMYPE es seguir insistiendo en la generación de créditos blandos para mujeres.
- Ofrecer servicio diferenciado para que las mujeres puedan aprovechar las oportunidades de momento.
- Seguir fortaleciendo el programa de Empresarialidad Femenina.

Al tener las mujeres mayor acceso al crédito les permitirá invertir, adicionar mayor calidad a los productos y así cumplir con los criterios establecidos por el Estado.