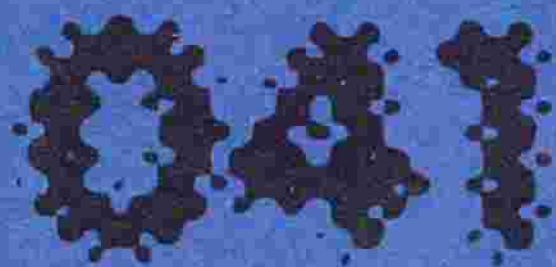




Instituto Andaluz de la Mujer
CONSEJERÍA PARA LA IGUALDAD Y BIENESTAR SOCIAL

Meridiam



06
Las mujeres empresarias
pisan fuerte en FIDEM'06

20 Entrevistas
Ana Falú
María Callejón
Ana Barbeito
Josefa M^a Caraballo
M^a José Navarro Pinto

38
Ellas toman el timón

52
Emprender:
una de las formas
más viables para actuar
y mantenerse en el
mercado laboral



Una feria para hacer negocios

“

NO IMPORTA CON QUIEN HAGAS NEGOCIOS, IMPORTA LOS NEGOCIOS QUE HAGAS, con este sencillo y a la vez complejo slogan hemos intentado abarcar los objetivos de una Feria que se consolida como referente de las Ferias de Empresas de Mujeres que se celebran en nuestro país.



No hay duda que uno de los aspectos más significativos de la participación de las mujeres en el mundo laboral es el creciente interés por el autoempleo y la creación de empresas. De forma muy general podemos decir que emprender se está convirtiendo en estos momentos en una de las formas más viables para acceder y mantenerse en el mercado de trabajo. Prueba de ello es que en Andalucía el número de mujeres empleadoras se ha incrementado en más del doble en los últimos 10 años, y que en este periodo el 89% de la población andaluza que se ha incorporado a la actividad empresarial, como trabajadoras autónomas o integrantes de cooperativas, son mujeres, mujeres que representan actualmente el 24% del empresariado en Andalucía.

Esto evidencia el dinamismo empresarial de las mujeres andaluzas, que están contribuyendo a la configuración de un nuevo

tejido productivo que incorpora innovación, diversidad y nuevos valores en la gestión de empresas.

Y con FIDEM 2006 hemos intentado conjugar un espacio donde las verdaderas protagonistas fueran las mujeres empresarias, un espacio que no se limitara a la exposición y divulgación de los productos y servicios de las propias empresas, si no que se convirtiera en un espacio para los negocios y los intercambios comerciales, de experiencias y de conocimiento.

Se han superado las expectativas que nos habíamos marcado y los datos lo avalan: se han celebrado 5.691 reuniones de negocios; se han cubierto 800 plazas formativas; se han realizado 221 consultorías especializadas y hemos recibido en el día y medio que la Feria ha permanecido abierta al público más de 5000 visitas, por resaltar algunos datos.

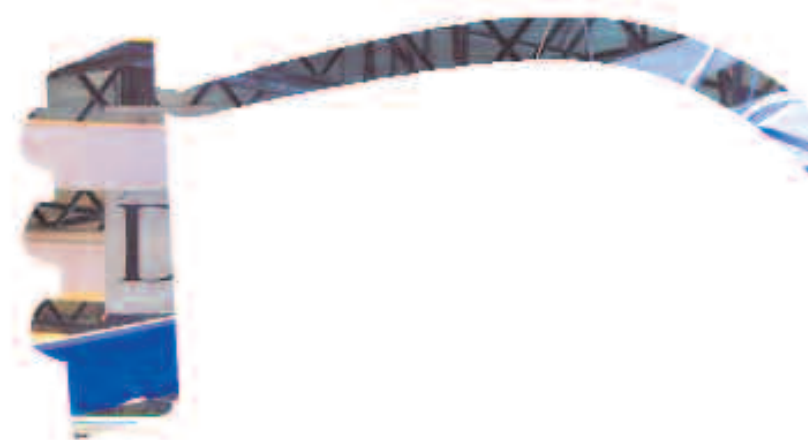
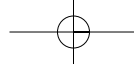
Además, la Feria ha contribuido al conocimiento de nuevos mercados, nuevas oportunidades de negocio y de colaboración entre empresas como vía de crecimiento empresarial, y también ha quedado patente en los debates mantenidos que el impacto de género en los mercados globales y la cooperación empresarial son claves para el posicionamiento de las empresas.

Seguir avanzando depende del trabajo de todas y de todos los andaluces. En nuestras manos está contribuir al desarrollo económico de Andalucía, para alcanzar así con plenitud el bienestar social en nuestra Comunidad.

Soledad Ruiz Segúin.

Directora del Instituto Andaluz de la Mujer

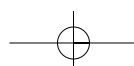
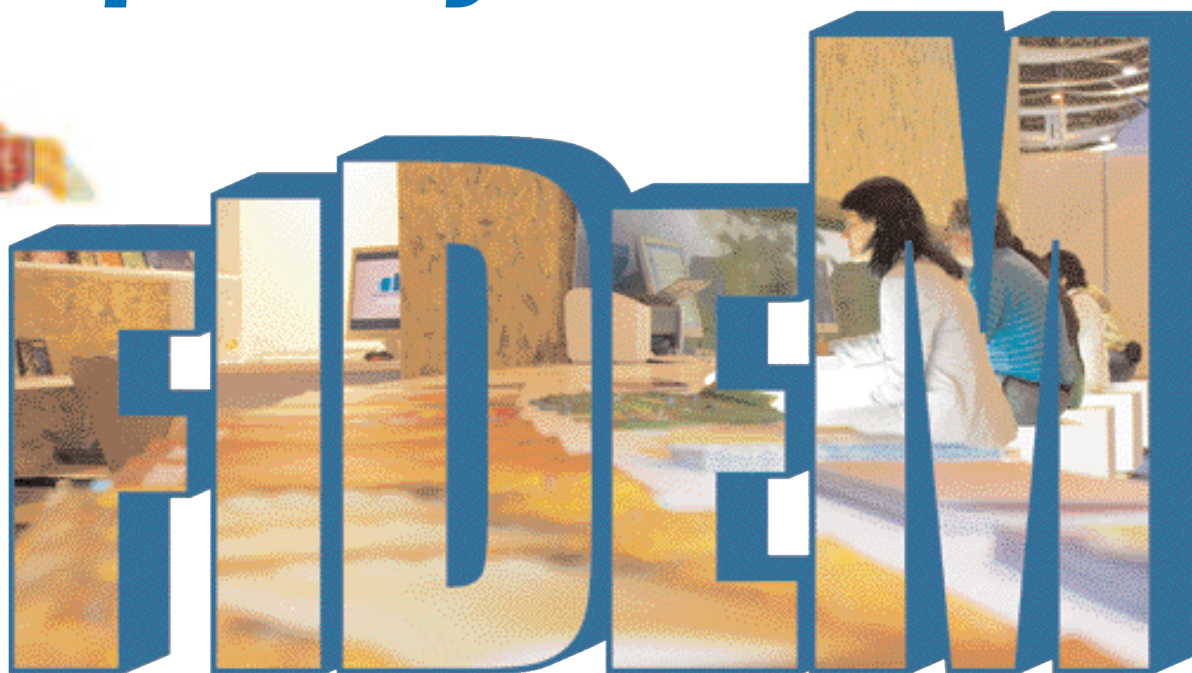




Texto: MERIDIAM Fotos: REMEDIOS MÁLVAREZ

LAS *mujeres empresarias* *pisan fuerte* EN

FODEM '06



MUJER Y EMPLEO

Uno de los cambios socioeconómicos, más importantes que se han producido en los últimos años en España, ha sido la incorporación masiva de las mujeres al mercado de trabajo.

Este cambio también se ha producido en Andalucía, donde las mujeres se han ido incorporando progresivamente a la actividad económica remunerada, incrementándose la tasa de actividad en el período 1995-2005 de 34,84% a 41,56%, según datos de la Encuesta de Población Activa del INE.

La incorporación masiva de las mujeres a la actividad económica se ha producido sobre todo en los niveles inferiores y medios de la escala laboral, ya que en los niveles de gestión y mando de las empresas las mujeres siguen encontrándose con el denominado “techo de cristal”.

Si observamos la evolución de los datos de empleo de las mujeres andaluzas desde el año 1995, puede señalarse que si en el año 1995 había 56,67 mujeres por cada 100 hombres andaluces activos, en el año 2005, las mujeres andaluzas activas eran ya 63,85.

El aumento de la actividad en las mujeres andaluzas explica que haya aumentado también su ocupación. Si en el año 1995 eran 45,16 las mujeres ocupadas por cada 100 hombres andaluces, su número había aumentado en el año 2005 hasta 57,32.

De hecho, si observamos el índice de feminización respecto a la inactividad, ésta ha descendido para las mujeres andaluzas, en el año 1995 había 201,45 mujeres por cada 100 hombres inactivos, cuando en el año 2005 eran 187,96 por cada 100. En general podría afirmarse, que el empleo es cada vez más central para las mujeres andaluzas, cada vez son más las que entran a formar parte de la población activa, pasando primero por el momento de desempleo hasta conseguir una ocupación.

Como se observa en la tabla número 2, del conjunto de la población activa en cada grupo de edad en 1995 y 2005 cabría resaltar la transformación que en la década que se está analizando supone el incremento del empleo de las mujeres, evolucionando la tasa de empleo de estas de 19,72% en 1995 a 33,43% en 2005, lo que supone un incremento de 13,71 puntos, siendo similar al incremento de la tasa de empleo masculino en el mismo periodo.

Para cada grupo de edad, se da el mismo proceso de crecimiento de la tasa de empleo de las mujeres, produciéndose el mayor aumento, de 26,34 puntos, en el grupo de edad de 25 a 29 años. Sin embargo, en el caso de los hombres, el mayor crecimiento se da en el grupo de 20 a 24 años, con un incremento de 24,35 puntos. En el gráfico 2, se pueden observar los datos de la tasa de empleo por grupos de edad y sexo en 1995 y 2005.

La tasa de paro según sexo y grupos de edad, se puede observar en la tabla número 3. En este caso, se puede decir que la tendencia es la inversa, puesto que la tasa de paro se reduce sensiblemente tanto en el caso de los hombres como en el de las mujeres entre 1995 y 2005, pero se reduce mucho más en el caso de las mujeres, en 1995 la tasa de paro era de 43,1 y en 2005 es de 19,4, es decir, 23,7 puntos menos. Sin embargo, en el caso de los hombres, la reducción que se produce es únicamente de 18,4 puntos, ya que en 1995 tenían una tasa de paro de 28,7% y en 2005 una tasa de paro de 10,3%.

Cabe resaltar que, en el caso de las mujeres, y en concordancia con las tasas de empleo, la mayor reducción de la tasa de desempleo se produce en el grupo de 25 a 29 años, con una reducción de 29,1 puntos, en 1995 las mujeres de ese grupo de edad tenían una tasa de paro de 49%, mientras que en 2005, la tasa de paro pasa a ser de 19,9. Sin embargo, en el caso de los hombres, la mayor reducción de la tasa de paro se produce en el grupo de 20 a 24 años, que pasa de una tasa de paro de 45,7% en 1995 a 17%, lo que supone

una reducción de 28,7 puntos, mucho menos significativa que la de las mujeres, tal como se observa también en el Gráfico 3.

Haciendo una valoración global de la tasa de actividad andaluza, tabla 4, valorando todo el año 2005, se aprecia que aún es necesario seguir trabajando para que la situación de actividad para las mujeres sea central en su vida cotidiana, los datos muestran, evidentemente, que la tasa es mayor para los varones, mostrándose los andaluces casi con la misma tasa de actividad que los varones de todo el Estado, entorno al 67%, siendo en las mujeres en general más baja, en torno al 46% para las mujeres españolas, y un poco más baja para las mujeres andaluzas, que de media para los cuatro trimestres del año 2005 fue de 41,51%.

De estos datos se desprende que hay estabilidad en las tasas de actividad de las mujeres andaluzas, lo que nos permite estar medianamente a la expectativa, y seguir trabajando para que la tasa de actividad sea mayor, y pueda equipararse la de las mujeres andaluzas a la media de las mujeres de todo el Estado, y, poco a poco ambas, con la de los varones.

En cuanto a los sectores y actividades económicas las mujeres se han ido introduciendo en unos, tal y como se observa en la tabla número 5 y tienen escasa presencia en otros, ya que en torno al 74% de las andaluzas activas, trabajan o demandan un empleo en el sector servicios, mientras, que por ejemplo, sólo el 1,27% de media de los cuatro trimestres del año 2005 trabajaban o demandaban un empleo en el sector de la construcción el más fuertemente segregado profesionalmente por razón de género.

En cuanto al porcentaje de mujeres andaluzas ocupadas por sector económico, la media de los cuatro trimestres de 2005, de mujeres andaluzas ocupadas en el sector servicios, fue de 84,4%, sector en el que se encuentran la mayoría

La media de los cuatro trimestres del año 2005 en el resto de sectores de actividad, fue de 8,15% en la agricultura, de 5,8% en industria, y de 1,6% en la construcción. En la industria, se ve una ligera mejoría, ya que durante el primer trimestre del año 2005, las mujeres ocupadas en la industria representaban el 5,5% de todas las mujeres ocupadas, mientras que en el último trimestre del año 2005, representaban ya el 6,1%, algo muy positivo ya que son 0,6 puntos porcentuales más, una mejoría muy ligera pero que se espera que vaya en aumento, y para ello se está trabajando.

Por último, para terminar este análisis de las situación de las mujeres y el empleo, resulta muy significativo analizar las condiciones de trabajo y observar las caracte-

rísticas de la jornada y contratos de las mujeres y varones asalariados andaluces.

En el año 2005, de media anual, había 14.257.000 varones, andaluces contratados a jornada completa, frente a las 6.843.000 mujeres asalariadas andaluzas también a jornada completa, es decir, menos de la mitad que varones.

Respecto a la jornada a tiempo parcial, hay 2.268.000 mujeres andaluzas frente a 690.000 varones andaluces. Y entre las mujeres andaluzas contratadas a tiempo parcial, 1.449.000 de ellas tenía un contrato a tiempo parcial temporal, frente solamente a las 820.000 que tenía un contrato a tiempo parcial indefinido. Si comparamos estos datos de una manera

proporcional entre varones y mujeres, se puede observar que la jornada a tiempo completo es de los varones, ya que por cada 100 varones contratados a jornada completa hay solamente 48 mujeres; frente a la jornada a tiempo parcial que está fuertemente marcada por el sexo de la persona asalariada, ya que por cada 100 varones contratados en este tipo de jornada, había 328.89 mujeres andaluzas durante el año 2005.

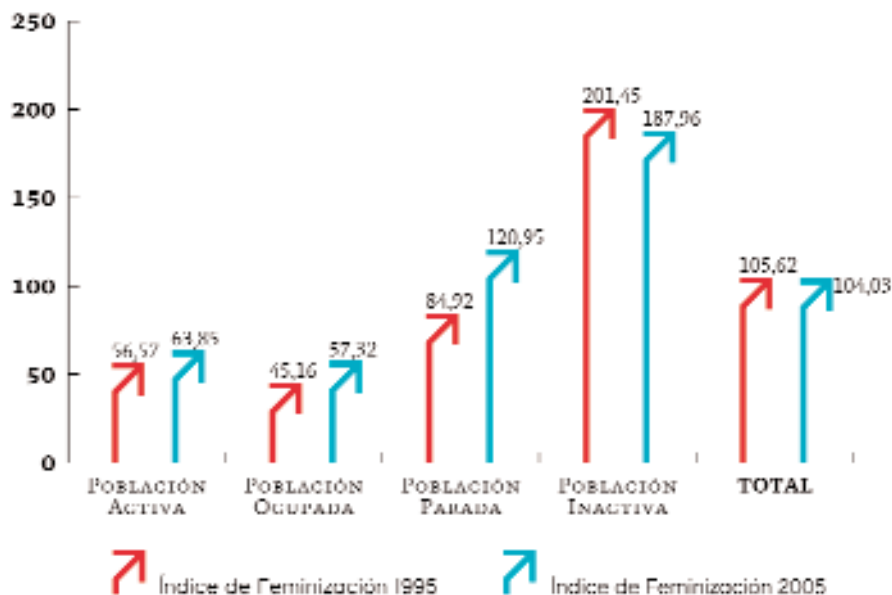
Estos datos nos demuestran que si bien la mujeres andaluzas se están incorporando al mercado laboral, sus condiciones laborales son más precarias que las de los hombres, y en muchas ocasiones tienen que recurrir al autoempleo para acceder y mantenerse en el mercado de trabajo.

Población de 16 y más años según su relación con la actividad económica por sexo e índice de Feminización. Años 1995 y 2005, en miles de personas. Media anual

Tabla 1

	1995			2005		
	MUJERES	HOMBRES	ÍNDICE DE FEMINIZACIÓN	MUJERES	HOMBRES	ÍNDICE DE FEMINIZACIÓN
POBLACIÓN ACTIVA	982,5	1736,8	56,57	1338,6	2096,6	63,85
POBLACIÓN OCUPADA	559,1	1238,1	45,16	1078,3	1881,3	57,32
POBLACIÓN PARADA	423,5	498,7	84,92	260,4	215,3	120,95
POBLACIÓN INACTIVA	1853,2	919,9	201,45	1886,4	1003,6	187,96
TOTAL	2835,7	2684,8	105,62	3225,1	3100,2	104,03

Gráfico 1

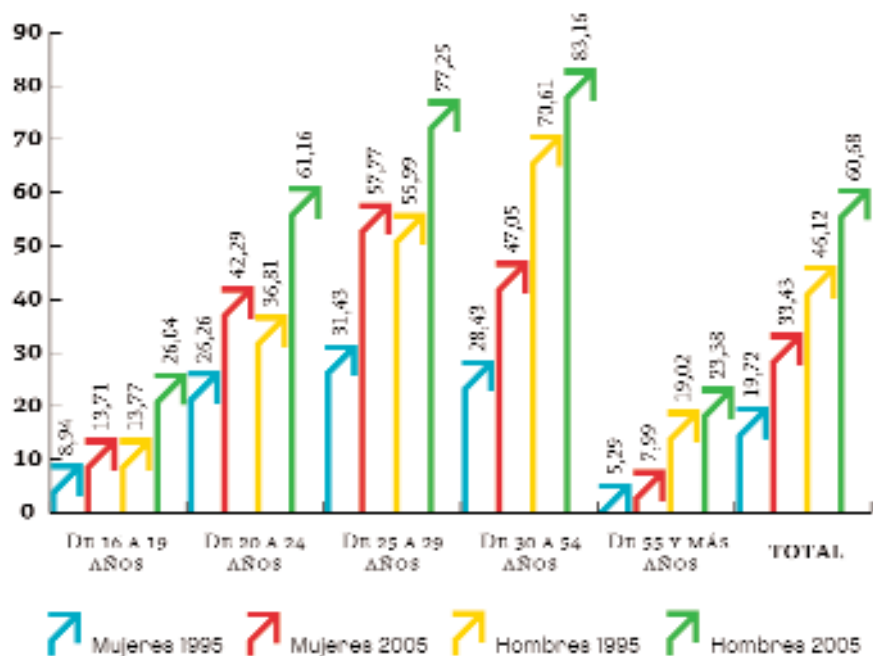


Tasa de empleo según sexo y grupo de edad en Andalucía. Años 1995 y 2005

Tabla 2

	MUJERES		HOMBRES	
	1995	2005	1995	2005
DE 16 A 19 AÑOS	8,94	13,71	13,77	26,04
DE 20 A 24 AÑOS	26,26	42,29	36,81	61,16
DE 25 A 29 AÑOS	31,43	57,77	55,99	77,25
DE 30 A 54 AÑOS	28,43	47,05	70,61	83,16
DE 55 Y MÁS AÑOS	5,29	7,99	19,02	23,38
TOTAL	19,72	33,43	46,12	60,68

Gráfico 2



Tasa de actividad en Andalucía y total nacional por sexo

UNIDADES: PORCENTAJE.

Tabla 4

	TASA DE ACTIVIDAD							
	VARONES				MUJERES			
	2005TI	2005TII	2005TIII	2005TIV	2005TI	2005TII	2005TIII	2005TIV
TOTAL NACIONAL	68,42	68,71	69,04	68,95	45,89	46,49	46,31	46,95
ANDALUCÍA	66,81	67,23	67,9	68,55	41,21	41,56	41,1	42,16

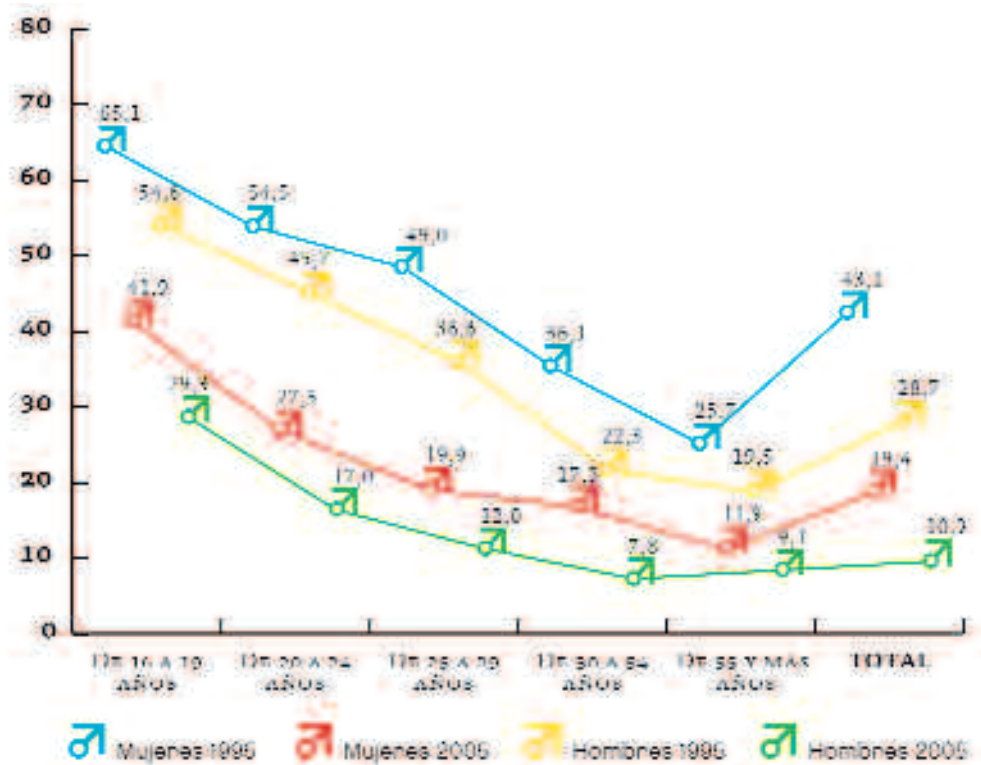
Tasa de desempleo según sexo y grupos de edad en Andalucía. Años 1995 y 2005

Tabla 3

	MUJERES		HOMBRES	
	1995	2005	1995	2005
DE 16 A 19 AÑOS	65,1	41,9	54,6	29,3
DE 20 A 24 AÑOS	54,5	27,5	45,7	17,0
DE 25 A 29 AÑOS	49,0	19,9	36,6	12,0
DE 30 A 54 AÑOS	36,1	17,3	22,3	7,8
DE 55 Y MÁS AÑOS	25,7	11,9	19,5	9,1
TOTAL	43,1	19,4	28,7	10,3

FUENTE: Instituto de Estadística de Andalucía a partir de la Encuesta de Población Activa. INE.

Gráfico 3



Distribución porcentual de personas ocupadas por sector económico y sexo en Andalucía en porcentaje

Tabla 5

	AGRICULTURA		INDUSTRIA		CONSTRUCCIÓN		SERVICIOS	
	VARONES	MUJERES	VARONES	MUJERES	VARONES	MUJERES	VARONES	MUJERES
2005TI	9,9	9,3	13,7	5,5	22,2	1,9	54,1	83,3
2005TII	9,7	7,9	14,1	5,8	21,8	1,6	54,4	84,7
2005TIII	9,5	6,8	14,3	5,8	22	1,5	54,2	85,9
2005TIV	9,8	8,6	14,4	6,1	22,8	1,5	53	83,8

FUENTE: Encuesta de Población Activa, Instituto Nacional de Estadística, I, II, III, IV trimestres 2005.



VIVEM

Para apoyar y fomentar esta incursión en el mundo empresarial, el gobierno de la Junta de Andalucía está impulsando desde hace tiempo programas y acciones que contribuyan a favorecer la presencia de las mujeres en la actividad empresarial, entre estos destaca el programa VIVEM que el Instituto Andaluz de la Mujer puso en marcha en el año 1996 en el marco de la iniciativa comunitaria NOW como recurso especializado en el acompañamiento a la creación y consolidación de empresas para las mujeres andaluzas.

Desde 1996 hasta 2005 el programa ha atendido a 33.462 mujeres, 27.078 emprendedoras y 6.384 empresarias. De estas

mujeres emprendedoras pusieron en marcha su empresa 2.539 lo que supuso la creación de unos 6.500 puestos de trabajo.

Posteriormente, con la finalidad de incorporar elementos innovadores al programa VIVEM, se promovió el proyecto "Recursos para Emprendedoras" aprovechando la convocatoria de la iniciativa comunitaria NOW para 1998-1999. En esta nueva fase, que se desarrolló en colaboración con asociaciones de empresarias de Andalucía, se profundizó en la generación de ideas para emprender, y se fomentó la cooperación entre empresarias como estrategias para la consolidación y crecimiento de sus empresas.

FIDEM

Y siguiendo en su línea de apoyo y de visibilización del emergente mundo empresarial de las mujeres en Andalucía, el IAM organizó la I Feria Internacional de Empresas de Mujeres en 1999, FIDEM99, que se celebró en Granada, donde participaron 152 empresas expositoras de Andalucía, el resto de España y Europa, Latinoamérica y el norte de África.

Tras el éxito alcanzado con la primera edición, en 2002 la Feria se celebró en Almería donde participaron un total de 202 empresas expositoras, cubriéndose las expectativas trazadas por el Instituto en cuanto al aumento del número de empresas expositoras, que fue del 32,9% con respecto a la primera.



FIDEM'06

OBJETIVOS

Tras haber conseguido que la Feria Internacional de Empresas de Mujeres se consolidase como referente de este tipo de eventos en nuestro país, el Instituto se marcó para la Feria que se acaba de celebrar del 28 de septiembre al 1 de octubre en el Palacio de Exposiciones y Congresos de Sevilla, como uno de los objetivos prioritarios, el que la Feria fuese un Feria de negocios.

Así, bajo el eslogan "No importa con quien hagas negocios, importa los negocios que hagas" se pretendía que el encuentro sirviese a las empresarias para hacer negocios a corto y medio plazo.

Y FIDEM'06 ha servido para eso y para mucho más: la feria se ha consolidado como un lugar de encuentro e intercambio para poner en valor la contribución de las emprendedoras a la economía y posicionar a las empresas en el mercado; ha contribuido a favorecer la incorporación y el mantenimiento de las mujeres en el mundo de la empresa; ha fomentado la cultura emprendedora a través de las actividades promovidas y desarrolladas por mujeres, visibilizando y poniendo en valor su trabajo y fomentando su iniciativa empresarial en sectores en los que aún están subrepresentadas, como en el de la construcción o servicios. Asimismo se ha potenciado la cooperación internacional y la creación de redes entre empresarias como estrategia de crecimiento para facilitar el intercambio comercial entre empresas expositoras, proveedoras y clientes, promocionando los productos andaluces en los mercados nacionales e internacionales y así apostar por el potencial emprendedor de las mujeres andaluzas.

La III Feria Internacional de Empresas de Mujeres, ha contado con la participación de 228 empresas expositoras de Andalucía, resto de España y Europa, Latinoamérica y Norte de África y 242 empresas visitantes.

Las empresas expositoras, en esta edición, procedían: 159 de Andalucía, 21 del resto de España (3 de Madrid, 8 de Castilla-La Mancha, 3 de Extremadura, 2 de Asturias, 1 de Cantabria, 1 de Castilla-León, 1 de

Cataluña, 1 de la Comunidad Valenciana y 1 de la Comunidad autónoma de Galicia), 10 de países del resto de Europa (5 de Italia, 3 de Portugal, 1 de Estonia y 1 de Hungría), 32 de países latinoamericanos (8 de Honduras, 7 de Costa Rica, 3 de Ecuador, 3 de Argentina, 2 de República Dominicana, 1 de Chile, 1 de Colombia, 1 de El Salvador, 1 de Guatemala, 1 de México, 1 de Paraguay, 1 de Perú, 1 de Uruguay y 1 de Venezuela) y 6 del Norte de África, todas de Marruecos.

Por sectores laborales: 60 representaron al sector; 49 al agroalimentario; 38 al sector complementos y decoración; 22 al de la construcción, maderas y afines; 18 al textil; 17 al de turismo, hostelería y ocio; 13 al de medio ambiente y 11 al de servicios personales, cosmética y salud.

En cuanto a las empresas visitantes se seleccionaron 242 de un total de 13.700, que se interesaron en participar y con las que se contactó a través de correo electrónico o teléfono. Después de un primer sondeo se eligieron las empresas más afines a las expositoras con el fin de que las emprendedoras cerraran algún negocio satisfactorio a corto o medio plazo.

Solicitaron participar en FIDEM'06 13.700 empresas visitantes, de las que se seleccionaron 242 tras llevar a cabo un exhaustivo sondeo

ACTIVIDADES

Esta feria de negocios debía ser rica en actividades para que se consiguiesen los objetivos marcados y para obtener un mejor rendimiento del trabajo de las empresarias. Por este motivo desde el IAM se puso un especial esfuerzo en ofrecer a las empresarias una feria de negocios que contribuyese a su crecimiento y posicionamiento en el mercado.

Esto fue posible gracias a que se diseñaron diferentes tipos de actividades que tuvieron lugar los dos primeros días de la feria, días cerrados al público, donde se favorecieron los acuerdos de negocios entre las empresarias expositoras y visitantes y entre el personal de Empresas, Instituciones y Entidades colaboradoras.

Se desarrollaron **reuniones de negocios**, encuentros entre dos empresas con objetivos comunes y complementarios para llegar a posibles acuerdos comerciales, financieros y de servicios. Asimismo se llevaron a cabo **encuentros de cooperación**, que se programaron paralelamente a las reuniones de negocios, y consistían en sesiones grupales dirigidas a aquellas empresas que desearan desarrollar de forma práctica estrategias conjuntas de cooperación. En cada uno de estos encuentros participaron entre 5 y 15 empresarias, que pudieron elegir, en función de sus intereses, entre los siguientes contenidos: Optimizar la Gestión de Compras, Fórmulas Conjuntas de Cooperación, Cómo Acceder a Nuevos Mercados y Construyendo Redes. Una Estrategia para avanzar.

Las empresarias tuvieron también acceso a los **focos de conocimientos**, ponencias de 30 minutos de duración, impartidas por personas expertas sobre temas innovadores que aportaron nuevos valores a la gestión empresarial.

Entre los contenidos y subcontenidos temáticos que se ofrecieron dentro de los focos destacaron: **Habilidades Gerenciales**: coaching, liderar gestionando emociones, mujer y liderazgo en la nueva visión de la empresa y la negociación. Las mujeres y los nuevos estilos de gestión empresarial; **Innovación, Calidad y NNTT**: la gestión de la Calidad Total y su impacto en las PYMES. Un reto alcanzable y rentable, principios básicos de la gestión de la calidad y las NIC como factor de innovación clave; **Comercio Internacional**: exportar desde una PYME: la decisión, cómo elegir mercado para exportar y el proceso de Internacionalización de PYME; **Nueva Economía y Género**: género y nueva economía ¿se romperá el techo de cristal?, los planes de igualdad en la empresa: instrumentos para identificar, atraer y retener talento y, por último, economía Social y Género; **Responsabilidad Social de la Empresa**: la gestión del impacto medioambiental, salud y seguridad en el trabajo y la dimensión externa de la responsabilidad social de la empresa.

Otra de las actividades programadas fueron las **consultorías empresariales**, donde las emprendedoras recibieron asesoramiento personalizado sobre áreas transversales de gestión, orientadas a la reflexión y a la toma de decisiones en cuatro grandes áreas: comercio internacional, comercialización, marketing y comunicación de las empresas, calidad de la gestión de empresas y desarrollo de negocio.



Las empresarias tuvieron también acceso a los focos de conocimientos, ponencias de 30 minutos de duración, impartidas por personas expertas sobre temas innovadores que aportaron nuevos valores a la gestión empresarial.

Una novedad añadida en esta tercera edición de FIDEM'06 fue que todas las empresarias tanto expositoras como visitantes recibieron una agenda personalizada en la que se recogían los tiempos de las consultorías, así como de las reuniones de negocios y encuentros de cooperación para organizar mejor su trabajo.

La feria dispuso también de espacios creados para facilitar los negocios entre las participantes como el **espacio de la empresaria**, destinado a la exposición de experiencias y trayectorias empresariales donde éstas pusieron en valor y generaron nuevos modelos de liderazgo empresarial.

El **espacio dedicado a las demostraciones de productos** que tuvo como finalidad que tanto las empresas expositoras como las visitantes realizaran presentaciones comerciales de sus productos y servicios. Y, por último, **la sala internacional de recursos para la empresa**, un espacio destinado a favorecer el conocimiento y la accesibilidad a los recursos de la creación y consolidación de empresas, destacando los dirigidos a mujeres empresarias y emprendedoras.

Esta feria fue dinámica e interactiva y se consiguió porque la comunicación entre asesores, instituciones y empresarias fue diseñada y llevada a cabo a través de distintos soportes informativos y multimedia, que se vio complementada con la puesta a disposición de las participantes de una sala de conexión a Internet, donde hubo varios puestos de ordenador para que pudieran utilizar este recurso durante su estancia en la feria.

También se habilitó en el recinto ferial una biblioteca, cuyo objetivo era el acceso a información bibliográfica para el interés de las emprendedoras. Y como novedad en esta FIDEM'06 se habilitó una guardería para aquellas empresarias que acudieron a la feria y necesitaron que sus hijas e hijos estuvieran atendidos mientras ellas trabajaban y cuyo resultado fue la visita de más de 60 niños.



FIDEM'06 DÍA A DÍA

En esta edición la feria destacó por la alta participación de emprendedoras y público visitante.

28 Y 29 DE SEPTIEMBRE

El presidente de la Junta de Andalucía, Manuel Chaves, acompañado de la consejera para la Igualdad y Bienestar Social, Micaela Navarro, del consejero de Innovación, Ciencia y Empresa, Francisco Vallejo, y de la directora general del Instituto Andaluz de la Mujer, Soledad Ruiz, inauguró la feria.

En la inauguración el presidente recorrió las instalaciones interesándose por las actividades de las empresarias y reconociendo que este evento es fundamental para impulsar y hacer más visible la actividad de las emprendedoras, así como para potenciar la incorporación de nuevas mujeres en los diferentes sectores económicos.

El primer día finalizó con la recepción que el alcalde de Sevilla, Alfredo Sánchez Monteseirín, les ofreció a todas las empresarias participantes en FIDEM'06 en los Reales Alcázares de Sevilla.

Las dos jornadas estuvieron repletas de actividades para las empresarias, destacándose la ponencia "Promoción del espíritu empresarial de las mujeres", impartida por la directora general de Política de la PYME del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, María Callejón, y moderada por la directora general del IAM, Soledad Ruiz. Tras la intervención, las empresarias asistentes, cuya participación fue muy alta, pudieron debatir sobre la situación actual de la PYME.

En cuanto a los espacios y foros para las empresarias, las consultorías empresariales fueron las más solicitadas por las emprendedoras, celebrándose 90 sobre comercio internacional, comercialización, marketing y comunicación y calidad y desarrollo, que pusieron de relieve el interés de las empresarias participantes para abrirse mercado fuera del territorio andaluz.

Asimismo, de las 4.098 reuniones agendadas previstas se celebraron en estos dos primeros días 2.986 y 600 más fuera de agenda y en los encuentros de cooperación participaron más de 80 empresarias.

En los 7 focos de conocimiento celebrados participaron más de 150 emprendedoras y la sala internacional de recursos la visitaron 40 empresarias nacionales y andaluzas y 25 de diferentes países, donde 12 expusieron sus experiencias y trayectorias empresariales.

Por último, en la ponencia "No miedo. Cómo vencerlo", la directora de Walter & Newman, Pilar Jericó, abordó el carácter de la mujer emprendedora y de cómo debe ésta afrontar el miedo a la hora de montar una empresa. Pilar Jericó resaltó en su intervención que en la actualidad las empresas pierden clientes por el trato que éstos reciben del personal y que ese modo de actuar debe ser modificado si se quiere permanecer en un mercado altamente competitivo.

30 DE SEPTIEMBRE Y 1 DE OCTUBRE

La feria destacó especialmente en estos dos días por recibir público visitante, además de seguir con el programa diseñado. En estos dos últimos días visitaron la feria más de 5.000 personas entre público y empresarias, que unido a las emprendedoras que han trabajado a puerta cerrada en los dos primeros, unas 3.000, suman un total de más de 8.000 visitas.

De las actividades de estos dos días destacar las 137 consultorías empresariales, que siguió siendo la actividad más demandada, y los 147 talleres que se celebraron.

Completaron las jornadas dos mesas redondas: la primera, se celebró el día 30, en la que participaron las directoras generales del Instituto Andaluz de la Mujer, Soledad Ruiz, y de Economía Social y Emprendedores, Ana Barbeito, y de Fomento del Empleo, Esperanza Perea, donde se abordó la acción de emprender y se debatió sobre el importante avance de las mujeres en el mundo empresarial en los últimos años, donde el empresariado femenino andaluz destaca por su carácter emprendedor.

La segunda, celebrada el día 1, tuvo como ponentes a la directora regional de UNIFEM (Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer). De Brasil y Cono Sur, Ana Falú, y a la integrante de la Red Internacional de Género y Comercio (IGTN), Alma Espino, donde se debatió sobre temas como la desigualdad de las políticas económicas en el mundo empresarial.



Se celebraron 147 talleres en los dos últimos días de la feria y las empresarias completaron el aforo en las ponencias, donde participaron muy activamente

El cierre de FIDEM'06 lo puso la directora del IAM, Soledad Ruiz, que en la clausura dedicó unas palabras a las emprendedoras y al público presente, destacando que la feria cumplió y superó las expectativas marcadas por el IAM gracias al esfuerzo de todas las empresarias que habían participado en ella.

“FIDEM'06 es un espacio, donde las verdaderas protagonistas son las mujeres porque para ellas se ha hecho esta feria, tanto las titulares de empresas de reciente creación como las ya consolidadas, así como aquellas otras mujeres que tienen un proyecto empresarial aún sin desarrollar y que seguramente habrán podido iniciar en esta Feria, los primeros pasos para hacer realidad su propio sueño”, comentó la directora del IAM.

Soledad Ruiz señaló que el objetivo, cuando se inició el largo camino de programación y planificación de esta Feria, fue lograr un espacio para las mujeres empresarias que no se limitara a la exposición y divulgación de los productos y servicios de las propias empresas, sino un espacio que se convirtiera en una verdadera feria de negocios, de intercambio comercial, de experiencias y de conocimiento.

Por último, destacó que para la preparación de la IV Edición de FIDEM se trabajará para encontrar a otras nuevas empresarias que estén iniciando su andadura, que será señal de que las que participaron en la edición de este año se han hecho fuertes y han consolidado sus proyectos en el mercado global y competitivo como es el actual tejido empresarial andaluz.

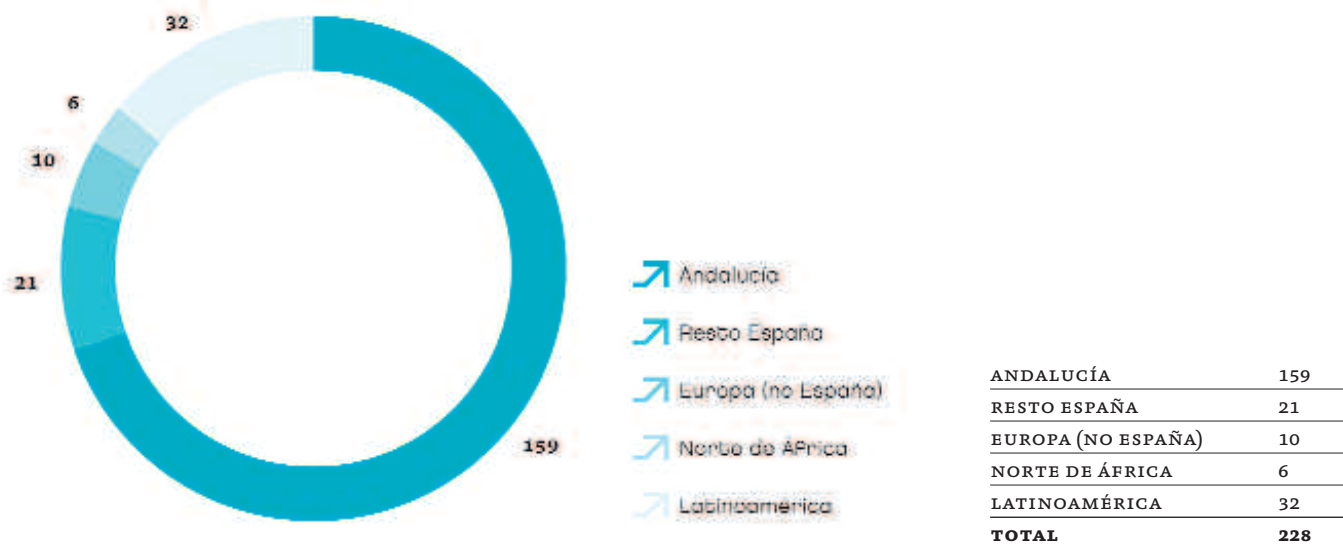
Las consultorías empresariales fue la actividad más solicitada por las emprendedoras en el primer día de FIDEM'06



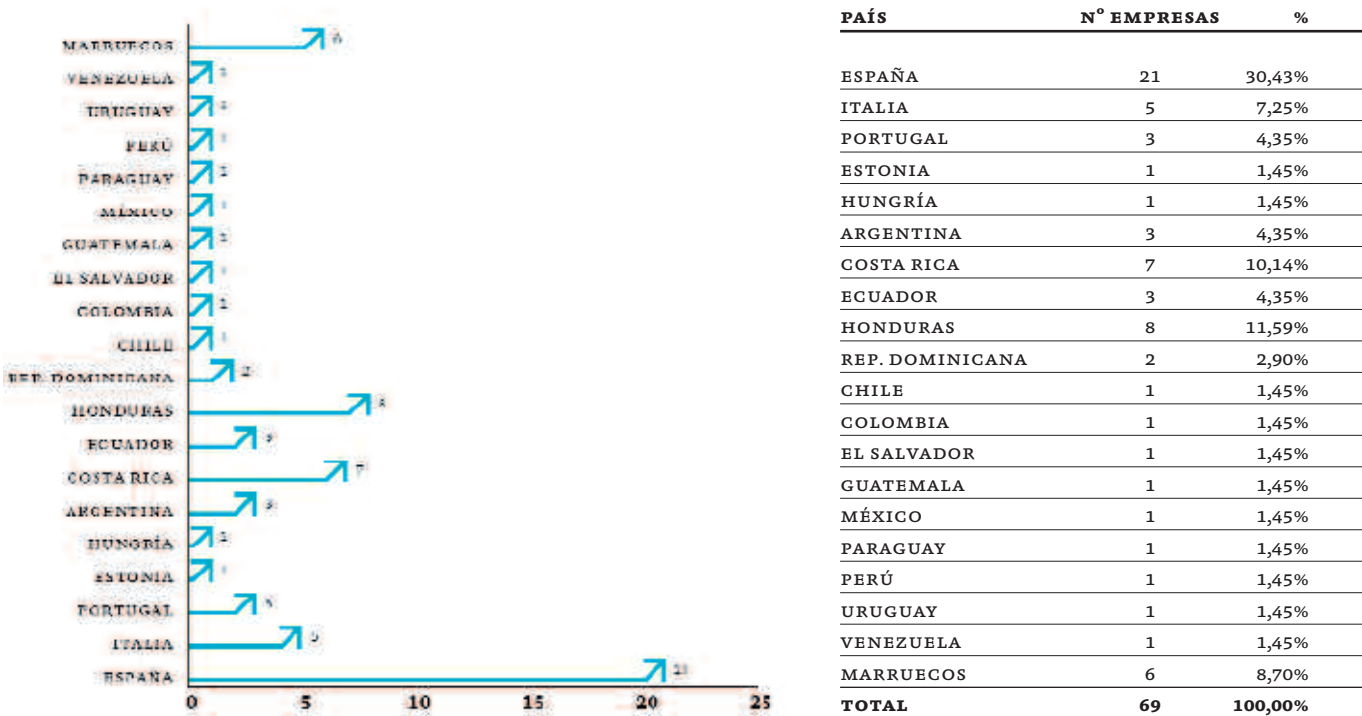
El presidente de la Junta de Andalucía, la Consejera para la Igualdad y Bienestar Social y la Directora del IAM en la inauguración de la Feria.

DATOS DE FIDEM'06 EN CIFRAS:

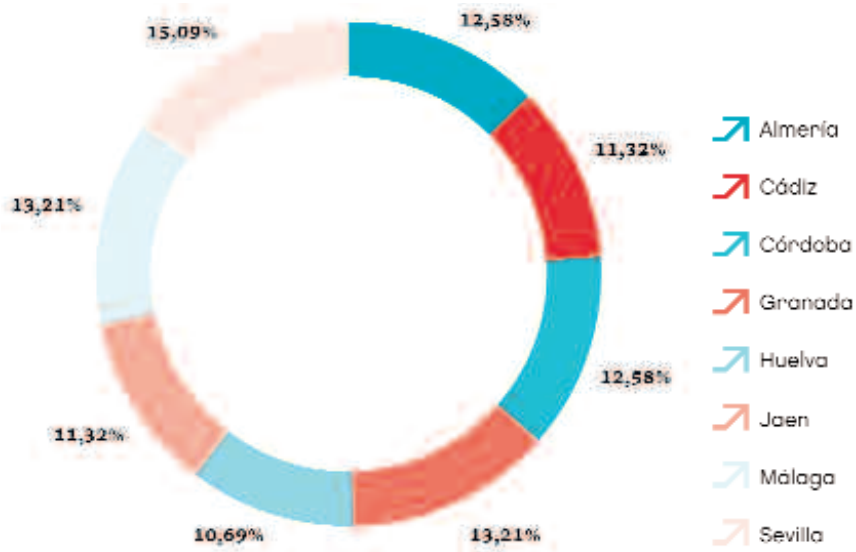
Distribución de las empresas expositoras por lugar de procedencia



Distribución de las empresas expositoras por países, excepto Andalucía

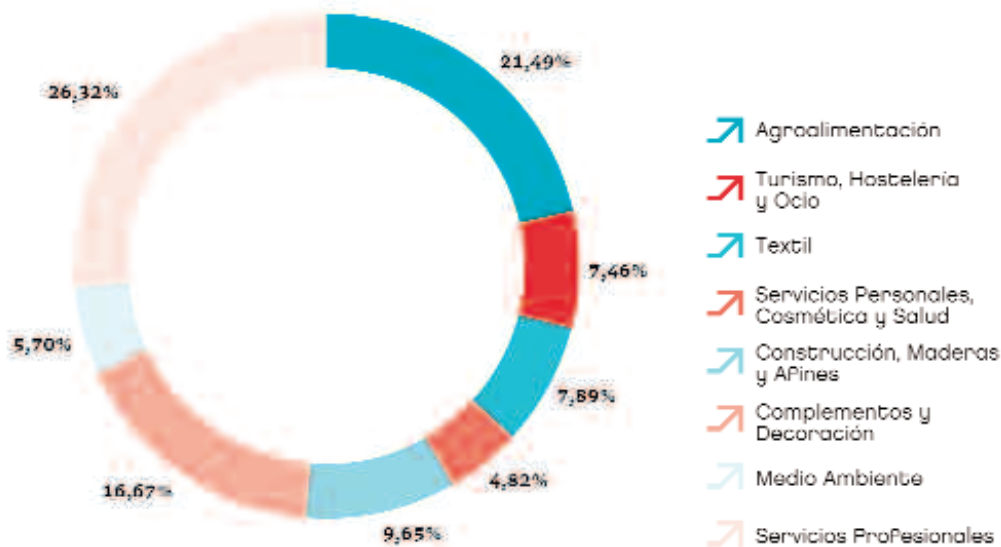


Distribución de las empresas expositoras andaluzas por provincias



PAÍS	Nº EMPRESAS	%
ALMERÍA	20	12,58%
CÁDIZ	18	11,32%
CÓRDOBA	20	12,58%
GRANADA	21	13,21%
HUELVA	17	10,69%
JAÉN	18	11,32%
MÁLAGA	21	13,21%
SEVILLA	24	15,09%
TOTAL	159	100,00%

Distribución de las empresas expositoras por sectores productivos



SECTOR	ABSOLUTOS	%
AGROALIMENTACIÓN	49	21,49%
COMPLEMENTOS Y DECORACIÓN	38	16,67%
CONSTRUCCIÓN, MADERA Y AFINES	22	9,65%
MEDIO AMBIENTE	13	5,70%
SERVICIOS PERSONALES, COSMÉTICA Y SALUD	11	4,82%
SERVICIOS PROFESIONALES	60	26,32%
TEXTIL	18	7,89%
TURISMO, HOSTELERÍA Y OCIO	17	7,46%
TOTAL	228	100,00%

Las profesionales y los profesionales del IAM ya están planificando y programando la cuarta edición de FIDEM para que esta feria de negocios siga siendo un referente empresarial para las emprendedoras andaluzas, españolas e internacionales. Os esperamos. ▶

Ana Falú

DIRECTORA REGIONAL DE UNIFEM (Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer) BRASIL Y CONO SUR

ANA FALÚ O

LA DEFENSA DE LOS DERECHOS DE LA MUJER

Mira directamente a los ojos cuando explica que es la directora del Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer de Brasil y los llamados países del Cono Sur (Argentina, Paraguay, Uruguay y Chile) desde hace cuatro años. Ana Falú se considera una mujer feminista que dejó su vida como profesora universitaria e investigadora del Consejo de Ciencias de Argentina, para comenzar a trabajar en temas de Derechos Humanos y desembocar, impulsada por sus amigas feministas, en una defensa acérrima de los Derechos de las Mujeres. “Esta circunstancia –nos cuenta– ha sido como encontrarme en un nuevo campo de la política, algo que me ha parecido fundamental para la construcción de los cambios necesarios en América Latina”.

Cuando Ana Falú habla, su voz pausada y grave penetra en el interlocutor. Todo su discurso está hilado, pensado. Posee la humildad de las personas sabias y, consciente de su posición, opina que estar en Naciones Unidas “es una responsabilidad muy grande pero, al mismo tiempo, es un lugar de privilegio que nos permite articular esfuerzos, facilitar políticas, apoyar a organizaciones y trabajar con los Gobiernos”.

Pero todo tiene su proceso. Hace ahora 30 años que se creó UNIFEM, debido al impulso del Movimiento de Mujeres reunidas en México con motivo del Año Internacional de la Mujer. Un año más tarde, en 1976, de esta presión internacional, los Estados que componen Naciones Unidas decidieron que el papel de la mujer tenía que dejar de ser una quimera. Es así, defiende Falú, cuando esta Fundación asume “un rol de catalizador de las políticas y se erige como conciliador de instancias institucionales de diferente carácter. Tenemos una responsabilidad muy grande hacia los grupos organizados femeninos que son, sin duda, la masa crítica que presiona, que custodia y monitorea los avances en relación a nuestros temas”.



Ellas en América Latina

Existen situaciones complejas y heterogéneas en este mundo en el que nos ha tocado vivir. “En América Latina tenemos una sociedad civil muy organizada, muy politizada, redes de mujeres en temas especializados con sofisticación en los desarrollos. Se ha dado un salto hacia un cambio social con una agenda política que ha venido de la mano de la IV Conferencia Mundial de la Mujer en estas regiones”, argumenta Falú. En este cambio simbólico de las sociedades libres, esa lucha por la paridad de condiciones con los hombres se convierte en necesaria para el conjunto de la sociedad.

Lo que sí es cierto, afirma la directora de UNIFEM, es que “damos saltos de garrocha, vamos avanzando rápidamente con respecto a años anteriores”. Y se expresa así con conocimiento de causa. Efectivamente, echando la vista atrás, Ana coordinó el Proceso de América Latina y el Caribe de las ONG's hacia la IV Conferencia Mundial de la Mujer llamada por la ONU en Beijing (China) en 1995. Acompañando a la líder latinoamericana Virginia Vargas, fue testigo de un proceso muy rico de tensiones, cambio e interlocuciones del Movimiento Feminista. “Asistí a un proceso –nos cuenta Falú– que nos permitió conocernos y reconocernos, que nos ayudó a construir una agenda conjunta cerrando la Conferencia de Beijing con la petición de recursos, mecanismos y procedimientos que nos permitieran tener presencia e incidencia en las políticas de los Estados”.

Asentamiento de ideas

Así, en la provincia China se pusieron alguna de las bases que han ido hilando la permanente y continua defensa de nuestros derechos. En 1996, en la II Conferencia de Naciones Unidas sobre los Asentamientos Humanos, se aprobó un Plan de Acción Mundial —el Programa de Hábitat— y una Declaración que recogen las directrices para la creación de asentamientos humanos sostenibles durante el siglo XXI. En el 2001 Ana Falú estuvo como vicepresidenta de la Coalición Internacional de Hábitat, HIC, que integra a ONG's de diversos países, e intervino en el Plenario final de la Asamblea, pronunciándose por la indispensable defensa del derecho a la vivienda, el derecho a disfrutar de ciudades, a la seguridad de la tenencia, el derecho a la propiedad y la herencia, que afecta particularmente a las mujeres del mundo... “Tenemos que considerar, asume, que estos temas ya están visibilizados como tales. Ahora, deben ser mirados desde una perspectiva de género”.

En esta línea, hoy por hoy, hay que admitir que existen propuestas de acción gubernamentales que permiten al sector femenino de la población mundial estar considerado, sin dejar que “las mujeres se diluyan en el concepto único de familia”.



Voces comprometidas

Y es que, sin duda, la mujer aporta una visión diferente en todos los ámbitos. Tenemos sobre nuestras espaldas milenios de una cultura distinta a la de los hombres. Sin embargo, una mujer por sí misma no habla de una política a favor de las mujeres. Falú considera la necesidad de tener voces femeninas en lugares de decisión, pero que tengan un compromiso democrático con la agenda de la mujer. “Muchas veces nos ha tocado vivir –y tenemos amplia experiencia en América Latina– que algunas mujeres que llegan a los lugares de toma de decisión no tienen compromiso que esa agenda e, incluso, ponen distancia. Creo que entran en juego historias muy duras de ganar espacios en los partidos políticos muy masculinizados con trayectorias difíciles para la mujer y, probablemente, tengan temores de abordar temas ‘delicados’ porque sienten que éstos la puedan debilitar”. Pero, hay que saberlo, sin apoyar sesgos políticos, “existen determinadas mujeres que han llegado a puestos de dirigencia en ciudades poderosas de países a los que represento, como alcaldesas, con un discurso femenino. Esa es la idea para el cambio que venimos argumentando”.

Líneas de Futuro

Desde UNIFEM, se asumen varios desafíos que contribuirán a una mejora de la situación de la mujer latina. “Por un lado –argumenta la directora– el tema de la desigualdad y la pobreza. Son dos conceptos que van unidos pero son diferentes en cuanto a cómo se abordan. El otro gran desafío, tras haber entrado en una etapa de democratización de América Latina a finales de los 80, que felizmente parece que ha llegado a consolidarse, es fortalecer las instituciones, los procesos democráticos y la buena gobernanza, contribuyendo a la participación y liderazgo de la mujer. Asimismo, seguiremos trabajando en los temas de violencia de género que sigue siendo un flagelo para la sociedad en su conjunto y que tiene que ser un asunto de política pública. También nos preocupa el crecimiento del VIH (SIDA) y, sobre todo, el crecimiento que tiene en las mujeres jóvenes y adolescentes. Esto no quiere decir que sean los únicos temas, sino prioridades donde colocamos más énfasis en nuestra acción”.

“Creo que las Instituciones como el IAM o eventos como FIDEM son tan necesarios que debemos fortalecer aún más estos escenarios. Desde todos los niveles (como UNIFEM en Naciones Unidas), necesitamos legitimar mucho más los temas de la mujer y las instancias institucionales que trabajan a favor de este ingente proyecto”

La mujer y el comercio internacional

Hace unos años, Ana Falú coordinó un estudio donde se buscaba soluciones a las relaciones comerciales entre la Unión Europea y el Marco Sur. Aunque no lo parezca, este tema incide directamente en la vida de las mujeres trabajadoras y está relacionado con cómo se implementa con determinadas políticas. La responsable de UNIFEM en los países latinos es rotunda: “No puede ser que cuando se comercia el desarrollo europeo con América Latina se acepten incoherencias de políticas. Desde Naciones Unidas, se está viendo de qué manera se articulan las empresas públicas y privadas en lo que se llama la Responsabilidad Social Empresarial. Esta ética empresarial tiene que ser profundizada y deberá tener una mirada de género. En este sentido, desde UNIFEM, hemos elaborado un decálogo de la ética institucional en relación a las mujeres”.

Coherencias

Está claro que para paliar la situación actual de diferencia de género ha de existir compromiso y voluntad política. “Si la voluntad política que se expresa queda en retórica, no servirán de nada todos nuestros esfuerzos”, asevera Falú. “Lo que es inadmisibles es que cuando se tratan otros temas se coloquen recursos sin número y cuando hablamos de más de la mitad de población de los países del mundo no exista dinero. Desde las administraciones internacionales, nacionales y locales se debe asumir la igualdad para estar en el marco de la conducción de una sociedad paritaria y democrática”. Esta llamada de atención no es en vano. A pesar del abrumador y largo trayecto recorrido por la batalla de los Derechos Fundamentales, esta valiente mujer se sigue sorprendiendo de los “oídos sordos” que desde algunas instituciones ignoran esta situación. Pero Ana entrecierra los ojos y esboza una media sonrisa: “Si tuviera la lámpara de Aladino pediría sin duda, más justicia en el mundo y más respeto a las diversidades. Creo que estos conceptos involucran a la mujer fuertemente. Pero también creo que, en un futuro, esa realidad a la que aspiramos todos y todas dejará de ser una entelequia. Por ello seguiré luchando”.

María Callejón Fornieles

**DIRECTORA GENERAL DE POLÍTICA DE LA PEQUEÑA Y
MEDIANA EMPRESA. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio**



Es cuestión de invertir el tiempo necesario para llegar a la Igualdad

María Callejón procede del ámbito académico donde asume una cátedra de Economía Aplicada en la Universidad de Barcelona. Ese *background* desplegado en años de experiencia, le ha permitido desarrollar otra vertiente colaboradora, investigando y elaborando informes para las administraciones públicas a nivel estatal y autonómico. Deja constancia, así, de un amplio conocimiento de la realidad empresarial augurando –en un espacio tan masculinizado– un excelente futuro para la mujer en este campo aunque, entiendo, “todavía queda mucho camino por recorrer, pero se está recorriendo”.

Desde su vasta experiencia, ¿cuál es el lugar de la mujer empresaria en nuestro país?

De manera general, hay que dejar patente que en España las pequeñas y medianas empresas (Pymes) son un colectivo muy heterogéneo. Tenemos un grupo poco numeroso, proporcionalmente, de comercios muy competitivos e innovadores de base tecnológica. A partir de ahí, existen otros grupos algo menos competitivos y, finalmente, una base donde hay empresas más tradicionales.

En este marco, las mujeres están avanzando en todos los niveles. Sinceramente, en el terreno empresarial, no creo que nuestro país esté particularmente peor que en otros estados aunque, naturalmente, somos menos numerosas que los hombres. Si hablamos de altos cargos de empresas mundiales y de responsabilidad en los consejos de administración de las grandes compañías, la representación femenina está muy por debajo de lo que debería de ser. No obstante, pienso que antes de 20 años llegaremos a tener una situación bastante equiparada.

Precisamente, en un mundo globalizado, ¿podemos identificarnos con Europa?

Estamos muy cerca. No estamos tan alejadas. Un dato muy interesante es que, en nuestras universidades, hay más chicas que chicos y, además, éstas terminan la carrera antes. Un hecho que, paralelamente, está ocurriendo en la enseñanza primaria y secundaria.

Esta realidad es un potente indicador que sugiere que, en las próximas generaciones, lo que se va a valorar será la capacidad intelectual. Esto conlleva que las mujeres poseerán una cualificación profesional tan excelente, que será difícil seguir discriminándolas.

En España, los órganos gubernamentales asumen una representación femenina de las más altas de Europa. La verdad es que la Administración Pública asume el reto de la igualdad mientras que, en el sector privado, todavía es deseable que se valore a las mujeres y se les otorgue puestos que merecen por sus capacidades. Creo, sin embargo, que la batalla está ganada, sólo hay que esperar unos años a que esa realidad se plasme en cifras.

¿Cuáles son las principales características de las Pymes?

En el sector del comercio no suele existir barreras de entrada porque el coste de montar un negocio detallista no es muy alto, ya que no se necesita utilizar mucho capital sofisticado. Habría que incidir, más bien, en el exceso de competencia. Al existir tantas empresas que compiten entre sí, se crea una rotación donde es fácil entrar pero también es fácil el fracaso y la salida, por tanto, de esa espiral.

Muchas mujeres se sienten cómodas con negocios de comercio menor por esa facilidad inicial. Pero creo que habría que interpretarse como un 'ensayo' porque, a la larga, lo interesante es que ellas se atrevan con empresas que demanden más desarrollo, más crecimiento y más sofisticación en las estrategias empresariales y en los recursos que utilizan.

¿Qué debemos hacer para asumir esos retos?

Desde el punto de vista de la persona emprendedora, lo más importante es la preparación. Hoy en día, para que un negocio funcione en un entorno tan complicado y competitivo, es necesario acceder a cursos de formación y la utilización de servicios de consultoría. La idea es utilizar todas las herramientas posibles que existen con el fin de ganar en conocimientos y capacidades para gestionar una empresa. Esa es la clave. Y, si al principio no sale bien, interpretar esa circunstancia como adquisición de experiencia para mejorar en el futuro.

Hemos estado insertos dentro del marco del Plan de Consolidación y Competitividad de la Pyme y, en el período 2007-2013, estará en vigor el programa InnoEmpresa. ¿Podría comentar esta última medida que pretende potenciar el uso de las nuevas tecnologías?

El proyecto InnoEmpresa se orienta a mejorar las capacidades competitivas e innovadoras de los negocios y, para ello, se ofrecen programas de ayuda dirigidos tanto a empresas como a grupos de empresas, organizadas alrededor de lo que llamamos un organismo intermedio, como puede ser un centro tecnológico o una asociación empresarial. El fin será mejorar, por ejemplo, sus recursos energéticos, los tratamientos de medio ambiente, logística, diseño, marketing, encargo de proyectos tecnológicos... Utilizar, en definitiva, las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) como parte de la cultura tecnológica que nos rodea y con la que debemos convivir.

En la actualidad, ¿cuál es el grado de utilización de TIC en las pymes españolas y cómo es su situación respecto a otros países europeos?

Todavía no estamos preparados, sobre todo en las empresas más pequeñas. Es necesario mayor conocimiento y entrenamiento en el uso de las tecnologías, lo que no quiere decir que invirtamos poco; pero la utilización general no llega todavía al aprovechamiento de todas las posibilidades que ofrecen las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Aludiendo a su conferencia en el marco de FIDEM, ¿cómo se encuentra el espíritu empresarial de las mujeres?

Está mejorando claramente. La mujer está adquiriendo confianza en sí misma y se está dando cuenta de que es tan capaz como cualquier hombre. Eso es palpable. Yo soy muy optimista. Como comentaba con anterioridad, creo que la batalla está ganada pero necesitamos unos años para que se vayan implantando medidas que eliminen determinadas barreras, identificadas, pero que todavía existen. Es cuestión de invertir el tiempo necesario para llegar a la Igualdad.

¿Con qué ayudas cuenta las pequeñas y medianas empresas anualmente?

La Administración Pública invierte anualmente, dentro del Plan de Fomento Empresarial, 8.000 millones de euros. Lo que ocurre es que, de esa cifra, hay que contar también los créditos que se otorgan a las pymes y las subvenciones directas no retornables que son para proyectos tecnológicos, para la mejora de la gestión organizativa y para proyectos de innovación como, por ejemplo, InnoEmpresa que mencionaba antes.

También existen otras ayudas orientadas a servicios de empresas, como las que se otorgan a los centros tecnológicos. Éstos son un tipo de organización muy útil para las pymes porque proveen y transfieren conocimientos, a la par que ayudan a implantar proyectos tecnológicos. Estos apoyos contribuyen a que las mujeres adquiramos confianza en nosotras mismas.

Desde su experiencia, ¿cuáles son las expectativas de la mujer empresaria?

Pues avalo un futuro mucho mejor que cualquier otro. Lo más importante que puede poseer una persona para su proyecto vital es, sin duda, la autonomía. Para la mujer, tener un negocio, ser empresaria, es lo que le permitirá asumir más capacidad de decisión sobre su vida y su entorno.



Ana Barbeito

DIRECTORA GENERAL DE ECONOMÍA SOCIAL
Y EMPRENDEDORES DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA



La visión del mundo tiene que ser en red o no podremos gestionar una sociedad del conocimiento

Ana Barbeito es licenciada en Ciencias de la Educación y su trayectoria ha estado siempre muy unida a temas de formación, empleo y promoción económica desde Ayuntamientos. Tras una larga trayectoria en este ámbito, llega a montar la Unidad Territorial de Empleo y Desarrollo local y tecnológico de Lepe desde donde la llamaron para la coordinación provincial de Huelva de esos dispositivos. El 1 de junio de 2004, entra como delegada provincial de Innovación, Ciencia y Empresas y, el 19 de abril de 2005, la nombran directora general de Economía Social y Emprendedores de la Junta de Andalucía.

¿Cuál es el panorama actual de la cultura emprendedora en Andalucía?

Ya se ha constatado que el tema de cultura emprendedora y de espíritu emprendedor tiene un efecto causal sobre todo lo que tiene que ver con la competencia empresarial, con que el articulado del tejido empresarial se consolide, con la creación del empleo, con la innovación y la competitividad. Y esta es una de las bases más relevantes que marcamos, a raíz del Plan de Innovación y Modernización de Andalucía, para desarrollar empresas más competitivas e innovadoras.

La actividad emprendedora en Andalucía, está por encima de la media en España, lo que no significa que no haya que continuar apoyando y fomentando. Esto está relacionado con la divulgación y sensibilización que debe comenzar desde primaria porque, cuando hablamos de espíritu emprendedor, no hablamos sólo de la creación de empresas sino, más bien, de fomentar determinadas capacidades y habilidades. Una manera novedosa de ver la sociedad, la vida, el mundo.

¿Cuáles son sus objetivos en la difusión de la cultura emprendedora?

Las emprendedoras andaluzas, aunque nos estamos recuperando en cuanto a la tasa de emprendedoras como tal, todavía tenemos poca iniciativa. Normalmente, las mujeres montan una empresa más por necesidad que por oportunidad; cuando esto ocurre, cuesta acercarse a un asesoramiento institucional, sin olvidar el hecho de que todavía se trata de manera diferente desde las entidades financieras a las mujeres. Cuando ven a una mujer piensan en un microcrédito, no opinan que puedan hacer una inversión fuerte. Con lo cual, todo eso que son obstáculos para cualquier persona emprendedora, en el caso de la mujer, es todavía mayor.

Creo que tenemos que hacer ver dónde están los elementos diferenciales en un negocio, aunque sea de los que ya se hayan consolidado como tradicionales, e impulsar algunos sectores que puedan estar dentro de empresas de base tecnológica de *Spin-Off universitarias*, es decir, iniciativas de algún miembro de la comunidad universitaria partiendo de trabajos investigadores con un componente científico-tecnológico llevados a cabo en el seno de la Universidad. El pasado 29 de septiembre se aprobó la financiación de las universidades y uno de los factores de calidad que va a condicionar a las mismas, será que haya cupo de mujeres investigadoras y catedráticas. Porque como no lo hagamos así, no terminamos de romper los techos de cristal. Luego, habrá una posibilidad de aplicabilidad de esa investigación y una transferencia de cara al mundo empresarial.

Y la Red de espacios tecnológicos y la Red territorial, ¿ayudarán a ese fin?

La Red Territorial de apoyo a personas emprendedoras, se basa en una serie de dispositivos ubicados en entornos rurales, se trata de 150 escuelas de empresas. Su especialización está en la autorización, el seguimiento y el tutelaje de empresas pero, además, en la posibilidad de alojamiento empresarial. A esto le debemos añadir los 11 Centros de Apoyo al Desarrollo Empresarial (CADE) que habrá antes de que termine el año. Ahora mismo hay seis en funcionamiento ubicados en las capitales de provincia y, además, en Algeciras, Jerez y Marbella que son poblaciones especialmente dinámicas a la hora de poder tutorizar proyectos. Estos centros de apoyo empresarial tienen, sobre todo, *spin off universitarias*, vinculadas con expertos y expertas en materias tecnológicas, de innovación y de investigación.

Para eso se crea la Red de Espacios Tecnológicos de Andalucía (RETA) donde existe un grupo de empresas y entidades que son especialistas en distintas materias y que actúan de 'antenas', de detectores. Si observamos que una empresa puede tener un plus de innovación la vincularemos con un especialista de RETA para que estudie y apoye ese proyecto durante tres años. Nuestra meta es mantener e, incluso, aumentar el 87% de empresas supervivientes que han pasado por la Red.

Verdaderamente es una red...

La visión del mundo tiene que ser en red o no podremos gestionar una sociedad del conocimiento. Todo está intercomunicado. Donde se mueve la información es donde se pueden crear conocimientos que se podrán aplicar. Y, en Andalucía, necesitamos no desvincularnos de eso. Nuestra Comunidad Autónoma quiere estar dentro de esa sociedad global y del conocimiento. Si queremos generar competitividad empresarial, tendremos que estar vinculados a la sostenibilidad, a la eficiencia energética, al desarrollo de telecomunicaciones, a la ruptura de brechas digitales, a que se llegue a toda la ciudadanía y a que, en definitiva, se de una Universidad de mayor calidad, con una evaluación totalmente diferente.

¿Qué peso ocupa la mujer en este sector empresarial?

Vamos teniendo cada vez más compromiso con la realidad. De hecho, en economía social se ve el porcentaje de mujeres que hay y ya supera al de hombres. Son mujeres trabajadoras que muchas veces siguen teniendo problemas de representatividad, algo que está muy relacionado con el ámbito privado y la conciliación de obligaciones porque todavía nos hacemos responsables de nuestros hijos e hijas, de la educación y de la casa. El número de horas no valoradas monetariamente triplica al de nuestros compañeros y eso es una realidad que influye en nuestro ascenso profesional. Pero creo que esa circunstancia se va a modificar y además, como ejemplo, tenemos FIDEM.

¿Es necesario en la actualidad este tipo de Ferias?

Es fundamental visualizar lo que ocurre. Ahora, en la Fundación Red Andalucía Emprende, que realmente es quien va a gestionar la Red Territorial, una de las líneas estratégicas es la apuesta no sólo por indicadores de resultado, sino también de impacto aprovechando determinados procesos para que, desde el momento del desarrollo de la empresa, estemos viendo los posibles cambios para llegar tres veces más (en el caso de la mujer) porque partimos de tres veces menos.



Lewis Carrol afirmaba que podemos llegar a donde queramos siempre que andemos lo suficiente... ¿Nos falta mucho por andar para llegar donde aspiremos?

Hemos vivido siglos y generaciones de cultura patriarcal. Creo que los modelos de vindicación feminista han supuesto un tremendo avance en el último siglo. Lo más difícil, quizá, será cambiar puntos culturales que están muy enraizados pero creo que las medidas de cuotas, de discriminación positiva, ayudarán a cambiar aspectos culturales. Aunque todavía hay camino por recorrer.

¿La educación es la base de todo?

Sí, pero la educación no sólo en los colegios. El aprendizaje vital de los padres, de nuestros modelos y referentes más cercanos es fundamental a la hora de interiorizar los patrones. Aparte de eso, hay que dejar patente que aquí cabemos todos y todas. Tenemos que asumir que hay diferencia pero también complementos, como la visión en red de la vida.

En cuanto a espíritu emprendedor, ¿cómo se encuentra la situación de Andalucía con respecto a España y Europa?

Depende del país. Curiosamente, estamos por encima de Francia y Alemania; sin embargo, nos encontramos por debajo de Finlandia o Inglaterra. Muy cerca de Italia, ello significa que algo se está moviendo desde el Sur.

¿Hacia dónde nos dirigimos en Andalucía?

Las líneas de futuro van, por un lado, hacia una industria de la cultura de base creativa. Por otra parte, el clima económico del sector servicios que se da en Andalucía está por explotar. No obstante, la mirada está en la unión de la biotecnología, las Ciencias de la Salud, el sector aeronáutico, las TIC. Además, a veces, las parcelas de actividades, cuando están unidas en cárteles empresariales, producen unos sectores emergentes entre diferentes grandes áreas. El mecánico y el aeronáutico, por ejemplo, el medioambiental y el de la salud. En esas novedosas posturas van a existir cantidad de oportunidades empresariales.

¿Qué pretende conseguir desde su posición privilegiada?

Me gustaría que con ese fomento de cultura emprendedora y con el talento y el ingenio y la creatividad que existe en Andalucía pudiéramos entre todas y todos contribuir a ese desarrollo colectivo. Me parece algo fundamental, humano y principal. Creo que podemos si tenemos en mente el espíritu emprendedor. Por ahí van mis mayores deseos porque eso nos cambiaría mucho la vida.

Josefa M^a Caraballo

El feminismo del siglo XXI
es un valor de justicia e igualdad

La directora del Instituto de la Mujer de Extremadura, denuncia en esta entrevista que no existe aún la igualdad real, y reivindica la educación como la base para crear conciencia social, porque de eso se trata.



Sorprende su cercanía y entusiasmo. Tiene a sus espaldas 23 años de política activa en Extremadura, 16 de ellos como concejala de su pueblo. “Me siento muy orgullosa y muy contenta de tener la oportunidad de participar de lleno en la política de género de mi partido”. Y así lo sigue haciendo. Primero como Directora de la Dirección General de la Mujer, y desde 2002 como Directora del Instituto de la Mujer. Josefa M^a Caraballo llega a Fidem por la tarde y no para de saludar y pararse a departir con numerosas conocidas. “Con Andalucía siempre hemos tenido una relación muy buena. Son dos comunidades, históricamente, de las más marginadas, pero que gracias a las políticas de género y otras por las que se ha apostado, han ido cambiando”.

En Extremadura se ha puesto en marcha el tercer plan de igualdad, junto con la primera escuela de formación de feminismo a nivel europeo, “entendido como un valor”. “Aquí, cuando se habla de feminismo, la gente se pone las manos en la cabeza y en el siglo XXI, el feminismo hay que entenderlo como un valor de justicia y de igualdad”. Y es que “la mujer no puede permitir que la excluyan de cualquier tema porque tampoco el hombre lo permitiría. Yo sólo digo que cuando haya una alcalde se le llame alcaldesa porque lo que hay detrás es una mujer. Son pequeños detalles cotidianos que tienen que servirnos”.

También se está desarrollando, a través del Instituto de la Mujer, formación para emprendedoras relacionadas con el marketing, etiquetado, análisis de la viabilidad de la empresa, “siempre desde el inicio mismo”. En Mérida se encuentra la Agencia de Innovación por el Empleo, con técnicas y formación permanente a empresarias. Otra línea de trabajo importante tiene que ver con las subvenciones, repartidas desde otras consejerías como la de Economía y Trabajo. “Sólo para el autoempleo, lo mínimo que puede conseguir una mujer son 10.000 euros, con lo que ya tiene para empezar y luego, si contrata, puede obtener más incentivos para la creación de empleo”.

¿Qué implica ser directora del Instituto de la Mujer de Extremadura?

Más que como cargo, implica la responsabilidad y el compromiso de un proyecto político indudablemente. Y también como mujer, trabajar y luchar por una igualdad que todavía no hemos conseguido, la real. Extremadura es una región con 1.100.000 habitantes, la mayoría de sus pueblos no llegan a los 5.000, es decir, se trata de un ámbito predominantemente rural. El Instituto aplica las políticas transversales, que es como realmente se va avanzando.

¿Qué líneas de actuación destacarías durante el tiempo que lleva desempeñando su mandato para conseguir esa igualdad real?

Lo más importante es sobre todo conseguir la implicación de otras instituciones, porque desde la autonomía no se llega a toda la ciudadanía. Y las instituciones más cercanas a los ciudadanos y ciudadanas son los ayuntamientos. El hecho de crear una gran red de servicios en el ámbito rural, que permita a esas mujeres que tienen más carencias, como mínimo la integración. Luego tenemos, en función del número de habitantes, un número abundante de asociaciones de mujeres. Aunque no sólo se trabaja desde ellas, sino que estamos notando también la implicación de otros movimientos sociales que se están preocupando por las políticas de igualdad. Y eso, para la responsable en este caso del IME, es muy importante. No cabe duda de que obtenemos mejores resultados, sobre todo esa conciencia social, que desde un despacho sólo es imposible construir.

¿Cuál es la situación de la mujer emprendedora en Extremadura?

Con datos, de cada 5 empresas que se crean ahora mismo, 4 son fundadas por mujeres. A FIDEM han venido 3 expositoras, y te sientes orgullosa cuando ves, sobre todo en sectores donde la mujer no está representada, que dirigen empresas hoy consolidadas, con una cartera importante de clientes y con un proyecto que se ha hecho realidad, porque se les dio la oportunidad a través de un proyecto europeo. Las mujeres extremeñas entienden que hay muchas iniciativas destinadas a ellas, por ejemplo las catorce unidades de promoción integral

que están ubicadas en el ámbito rural, donde hay muchas mujeres que hablan con las expertas y sacan proyectos adelante. Yo creo que lo más importante es que creamos unas expectativas hace unos años en lugares donde la mujer no tenía la más mínima esperanza de acceder al mercado laboral. Nosotros fomentamos esa inquietud en estas mujeres, muchas de las cuales tuvieron que dejar la escuela al tener responsabilidades familiares, y ahora se encuentran con que estamos en un mercado muy competitivo y que necesitan reciclarse.

¿Se puede decir que desde hace algunos años, algo se mueve en el mundo empresarial?

Sí. Hay una gran apuesta por el tejido empresarial y no cabe duda de que estos proyectos van a favorecer mucho al desarrollo de una región. En Extremadura se ha apostado fuerte, de hecho hay varias líneas de apoyo a empresarias y se está notando. Tenemos un gabinete de iniciativas jóvenes que está favoreciendo mucho el desarrollo de nuestra región y también ocurre con otras empresarias de otros puntos del país. Eso se ha conseguido.

Hablaba antes de la creación de empresas como una manera de acceder al empleo para mujeres que de otra manera, lo tendrían muy difícil. ¿La apuesta pasa entonces por el autoempleo?

En esta sociedad, cuando hay ofertas de trabajo, el empresario todavía sigue seleccionando al hombre, así que el autoempleo está favoreciendo mucho la integración de la mujer en el mercado de trabajo. Y cuando hablamos de mujeres empresarias, hay que decir que las mujeres son mucho más solidarias, porque saben lo que es sufrir en sus propias carnes el rechazo de los empresarios. Por tanto, si crean empleo, ellas van a crear empleo femenino.

¿Cuál es el papel de la Administración Pública en esta creación de empleo Femenino?

El apoyo económico, el asesoramiento técnico. A mí no me gusta utilizar el término empujar, pero de alguna manera tenemos que dar el primer empujón. Ahora me lo decía una artesana andaluza, ama de casa con tres hijos y contaba que tenía 57 años y estaba como si tuviera 20 menos, porque veía que su proyecto es una realidad gracias al apoyo del IAM.

Las Ferias se organizan también para intentar salvar los obstáculos contra la igualdad. ¿Con qué obstáculos se encuentra una mujer emprendedora en sectores tradicionalmente masculinizados?

Obstáculos hay muchos, los vemos en lo cotidiano, a nivel de empresa, a nivel político, a nivel familiar. Ahí se demuestra que no existe hoy por hoy esa igualdad real. En la empresa, los hay tanto para hombres como para mujeres, aunque más para éstas, sobre todo en sectores donde las mujeres no han estado representadas porque prácticamente no había ninguna. Ahora hay empresarias que hace 20 años no hubieran podido moverse en sectores como el de la construcción, por ejemplo. Ocurre que hoy tenemos muchas mujeres arquitectas pero que están muchas veces en los despachos y no pueden hablar con la constructora porque ésta es reacia. En la construcción está cambiando la perspectiva de género. Si estas mujeres hubieran tenido antes la oportunidad de estar en este sector, las cosas no estarían como están ahora.



¿En qué medida hay que valorar eventos como esta Feria?

Una imagen vale más que mil palabras. Por mucho que podamos transmitir con información, esto es una realidad donde se ven proyectos que son hechos, empresas que han conseguido un buen nivel de facturación. Aquí cualquier empresa es un referente para las propias empresarias y para las trabajadoras. Se ve la ilusión en el diseño de este evento y la verdad es que tengo que felicitar a mi homóloga del IAM, porque es un evento muy importante, no en tanto en cuanto las 228 expositoras, sino esas otras 242 empresas interesadas en visitarlas. Eso tiene un efecto multiplicador, porque si cada empresaria puede tener un contacto mínimo con 5 empresas, le va a suponer la ampliación de su negocio y una publicidad que vale mucho en cualquier medio.

En Extremadura hemos celebrado también unas jornadas empresariales, en las que han participado otras comunidades y tres países, y que han tenido un buen resultado. Exponer en una feria tiene un coste elevado. Les facilitamos el espacio comercial y el alojamiento. Así tienen la oportunidad de exponer sus artículos y, lo más importante, de hacer contactos comerciales. En ese espacio se dan a conocer y hablan sobre los problemas que tienen todas las empresas, ya estén gestionadas por hombres o por mujeres. Por ejemplo, tenemos muchas empresas que venden productos autóctonos que no pueden competir con las multinacionales, pero que son elaborados de forma artesanal y creo que hay que hacer una buena publicidad, porque los consumidores quieren calidad.



¿Cómo ve el futuro para la mujer?

Con mucho optimismo. Creo que se están dando pasos muy firmes. Por eso es importante conseguir que la juventud se implique más, tanto chicas como chicos, porque nuestra apuesta por conseguir la igualdad real no es un tema solamente de mujeres, es de toda la sociedad. Y cuando se alcance esa igualdad será cuando esa sociedad deje de estar enferma. Soy optimista. Desde luego, es una carrera de fondo.

¿En qué sentido?

Partimos de unos derechos constitucionales, pero también con esa carga, con un saco de 50 kilos en la espalda y así nunca podremos llegar a la meta como los compañeros varones. Por eso hay que compartir el peso y espero que lo consigamos. Unas veces llegaremos antes nosotras y otras ellos. No es el poder por el poder, sino partir con las mismas oportunidades.

O repartir el poder:

Efectivamente. Es importante que estemos en las instituciones, sobre todo donde se deciden cosas tan importantes que van a afectar a la ciudadanía. Tenemos distintas visiones en algunos aspectos y eso enriquece. A la hora de legislar, por ejemplo, no es lo mismo crear una ley sobre los hijos, si no lo sienten, ni lo sufren, ni lo padecen, como las mujeres. Nosotras aportamos esa parte tan importante. Claro que la situación puede mejorar con las leyes. Así, veremos aprobarse ya la ley de Igualdad y la Ley de Dependencia, en las que tengo puesta toda mi esperanza.

M^a José Navarro Pinto

Las mujeres no queremos estar,
las mujeres queremos ser en todos los lugares de importancia



Si hay algún adjetivo que puede calificar a la actual presidenta de la Federación Andaluza de Mujeres Empresarias es, sin duda, el de pionera. En los negocios y en el movimiento asociativo. Testigo excepcional de la evolución de la mujer empresaria en Andalucía, está convencida de que “ser empresaria, es y debe ser una opción para las mujeres con las mismas posibilidades y recursos que para los hombres, y este convencimiento es la manera de impulsar el desarrollo de nuestra comunidad”.

Durante sus casi 25 años de experiencia en el mundo de los negocios, ha aprendido también otra cosa. “Que el desaliento nunca puede ganar la batalla. Las mujeres estamos acostumbradas a luchar y trabajar, sin importarnos el esfuerzo que tengamos que realizar, por aquello que queremos y nos interesa”.

Es el espíritu que ha animado su discurso en Fidem, donde ha impartido una conferencia sobre ‘recursos para emprender’. Ferias como ésta son necesarias “para hacer ver que las empresarias no quieren ser admitidas en un ámbito tradicionalmente masculino, ni siquiera como resultado de una reivindicación, sino hacer ver que las mujeres empresarias quieren intercambiar con otras y otros iguales. Lo que significa, compartir espacios, estar juntas, ser y hacerse fuertes y organizadas, trascendiendo el hacer por un interés personal o sólo por hacer, en un hacer para todas y todos”.

Corrían otros tiempos cuando se convirtió en empresaria. ¿Qué le animó a emprender esta aventura?

Mi objetivo, casi podría decir que mi principal necesidad, era disponer de autonomía personal y sabía que para lograrlo, el medio era tener independencia económica.

No obstante, por aquel entonces era madre de tres hijos pequeños que me necesitaban y era complicado sobrellevar mi vida familiar con mi necesidad personal de trabajar, especialmente, en una época en la que el trinomio mujer-madre-trabajadora, ni siquiera estaba bien visto.

Decidí, junto con una socia, poner una empresa en marcha, trabajando a media jornada, lo que me permitía atender a mi familia y al mismo tiempo desarrollar una vida profesional.

¿Y por qué en el sector del comercio, al que siempre ha estado vinculada?

Observamos que el subsector de la venta de electrodomésticos estaba en una situación emergente, debido a que la sociedad de entonces, y especialmente las mujeres, empezaban a demandar bienestar y tiempo para el ocio. Por lo que, en un número cada vez mayor de hogares surgió la necesidad de comprar estos aparatos, y de ahí nuestra decisión.

Muchas cosas han cambiado desde entonces para la mujer emprendedora andaluza. ¿Cuáles son, a su juicio, estos cambios?

Los cambios sociales que han tenido lugar en las últimas décadas han sido de un valor impresionante, porque estos cambios han generado actitudes y conciencias nuevas, sobre todo en lo que afecta a la situación de las mujeres en todos los ámbitos de nuestras sociedades. Pero no debemos olvidar, que muchas de las transformaciones que se han producido han sido gracias al esfuerzo, en ocasiones sobreesfuerzo, de muchas mujeres que desde la solidaridad y la generosidad han trabajado para que hoy podamos hablar de igualdad y equidad entre mujeres y hombres.

¿Diría que lo tiene mejor hoy, con respecto a la época en la que empezó, la mujer que decide ser empresaria?

Es cierto que nunca ha habido tantas mujeres emprendedoras y empresarias como hasta ahora, mujeres con ideas, proyectos y negocios que hoy encuentran apoyos y recursos impensables hace veinte años. Los poderes públicos, sensibles a las dificultades de género que encuentran las mujeres que quieren o ya han iniciado su trayectoria empresarial, están poniendo en marcha programas, proyectos e iniciativas, que abordan las iniciativas emprendedoras y empresariales de las mujeres desde el principio de igualdad de oportunidades, es decir, considerando los obstáculos específicos de su género y las carencias que en materia empresarial han padecido las mujeres en su relación con este sector tradicionalmente masculino.

A lo largo de su trayectoria, ¿ha tenido que trabajar más duro que sus compañeros varones para demostrar su valía?

Este aspecto es común a prácticamente todas las mujeres empresarias y en general a todas las mujeres, independientemente del trabajo que desarrollen. Las mujeres tenemos que demostrar todos los días que somos capaces y válidas para el ejercicio de nuestra profesión o actividad empresarial, hasta tal punto, que nuestros errores individuales, se convierten en errores colectivos. Esto nos crea un desgaste tremendo, por que al esfuerzo físico de pretender "estar en todo" y ser excelentes madres, esposas, trabajadoras, hijas, etcétera, se une el desgaste mental, al sentirnos en permanente deuda con la sociedad por el lugar que ocupamos.

En su caso, está casada y es madre. ¿Cómo ha llevado lo de la conciliación laboral y familiar?

Con bastante dificultad, como la mayoría de las mujeres trabajadoras, sobre todo teniendo en cuenta que en aquellos años, no sólo los hombres sino también las propias mujeres, consideraban que la familia y especialmente los hijos, eran de responsabilidad exclusiva de nosotras. Quizás por este motivo, las mujeres que trabajábamos fuera de casa nos exigíamos mucho, el doble, para evitar que nuestra "ausencia" del hogar no se notara. Nos llamábamos las mujeres "diez". Hoy, afortunadamente, estamos aprendiendo y entendiendo que el cinco que aportan las mujeres junto con el cinco que aportan los hombres, suman diez.

¿Cuál es el papel que juega el movimiento asociativo en la creación y consolidación de empresas regentadas por mujeres?

El movimiento asociativo de mujeres, en general, ha sido crucial en todo este proceso de transformación social al que estamos asistiendo, porque en él las mujeres han encontrado su construcción colectiva desde espacios pensados, sentidos y disfrutados como lugares de encuentro, y en eso las mujeres tenemos ventaja, ya que desde nuestra propia experiencia personal, desde el yo individual somos capaces, sin ningún reparo, de construir un nosotras colectivo, y configurar una alternativa que pueda transformar las mentalidades y la sociedad.

En esta línea, las asociaciones y organizaciones empresariales de mujeres, han sido durante mucho tiempo, y son en la actualidad, un recurso muy importante para las empresarias, porque a través de ellas, las mujeres han tomado conciencia de su buen hacer en el ámbito de la empresa, y se reconocen como mujeres con amplias capacidades y competencias en la gerencia de negocios. En definitiva, a través de estas organizaciones, las mujeres están consiguiendo dignificarse y ser significadas como colectivo en el mundo de la empresa.

Usted ha sido pionera en este movimiento asociativo de la mujer empresaria. Presidenta de la Asociación de Mujeres Empresarias de la Provincia de Almería (ALMUR) desde su creación, en el año 94. Vicepresidenta de la ConFederación Empresarial de la Provincia de Almería (ASEMPAL) más tarde. Presidenta del Consejo de Mujeres Empresarias de la ConFederación de Empresarios de Andalucía (CEA), de 1997 a 2005. Y Presidenta en la actualidad de la Federación Andaluza de Mujeres Empresarias (FAME) a partir de diciembre de 2000. Desde su posición en primera línea, ¿cómo ha evolucionado este movimiento hasta llegar a hoy?

En mi opinión, el reconocimiento que entre las propias mujeres están teniendo las asociaciones empresariales femeninas, es uno de los más destacables en la evolución del movimiento asociativo. Prueba de ello, es el número cada vez mayor de empresarias que deciden incorporarse a las distintas organizaciones empresariales de mujeres de distinto ámbito. Pero también hay que decir, que esta evolución se debe a que las empresarias demandan una participación cada vez más estructurada, que facilite la colaboración, el trabajo en red, mayores y mejores posibilidades de acción, como nuevas formas de relacionarse, para conocerse y reconocer el valor de sus vidas, de su esfuerzo y de sus trabajos como mujeres de empresa.



Hábleme del cometido de la FAME y de cuáles han sido sus principales líneas de actuación.

Como comentaba anteriormente, el movimiento asociativo de mujeres empresarias se ha convertido en actor principal de la transformación social, presente y necesariamente futura. Es, en este marco, en el que surge la Federación Andaluza de Mujeres Empresarias, con el objetivo claro de vertebrar y estructurar los esfuerzos y experiencias de cada una de las organizaciones empresariales de mujeres de las distintas provincias andaluzas. La FAME es entidad representativa del colectivo empresarial femenino de Andalucía, que apuesta por aumentar la capacidad de las mujeres para participar de forma plena y por derecho propio en los distintos espacios en los que se desenvuelve la vida económica y por dotar a las empresarias de los recursos e instrumentos que sirvan para reforzar y poner en valor sus capacidades y competencias precisas para la consolidación de sus estructuras productivas.

También es la primera mujer que forma parte del Comité Ejecutivo de la CEA, como presidenta de FAME, y vocal de la Junta Directiva de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE). ¿Cree que abre camino a la visibilidad de las mujeres en los puestos de toma de decisiones?

Taxativamente sí. El axioma es muy simple: cuanto más alta es la jerarquía institucional, menos mujeres hay. Y esta regla se reproduce en todos los ámbitos de la vida. Sigue existiendo y persistiendo una representación desigual de las mujeres en los organismos de representación política, en los medios de comunicación, en el mundo financiero, económico, etc. Las mujeres no queremos estar, las mujeres queremos ser en todos los lugares de importancia, porque eso significa participar y que nuestra participación tenga impacto en la toma de decisiones.

Pero entendamos que la participación en igualdad de las mujeres en todos los foros, además de ser una exigencia para el pleno ejercicio de la ciudadanía, es también, un elemento enriquecedor de esos mismos espacios, al permitir aprovechar toda la heterogeneidad de ideas y valores que, sin duda, beneficiaran a toda la sociedad.

¿Qué aportan las mujeres al mundo empresarial? ¿Hay una manera de ser empresaria?

Las mujeres aportan su visión de las cosas, sus modelos de vida, sus experiencias, sus formas de trabajar, sus ideas y sus valores... No es poca cosa ¿verdad?. Se trata de que hombres empresarios y mujeres empresarias existan, compartan y convivan, sin que ello genere conflictos, sino todo lo contrario. Se trata de afirmar la convivencia democrática de ambos géneros en todos los ámbitos de la sociedad, y eso pasa por el reconocimiento y la revalorización de lo que hombres y mujeres aportan y ofrecen al mundo de la empresa.

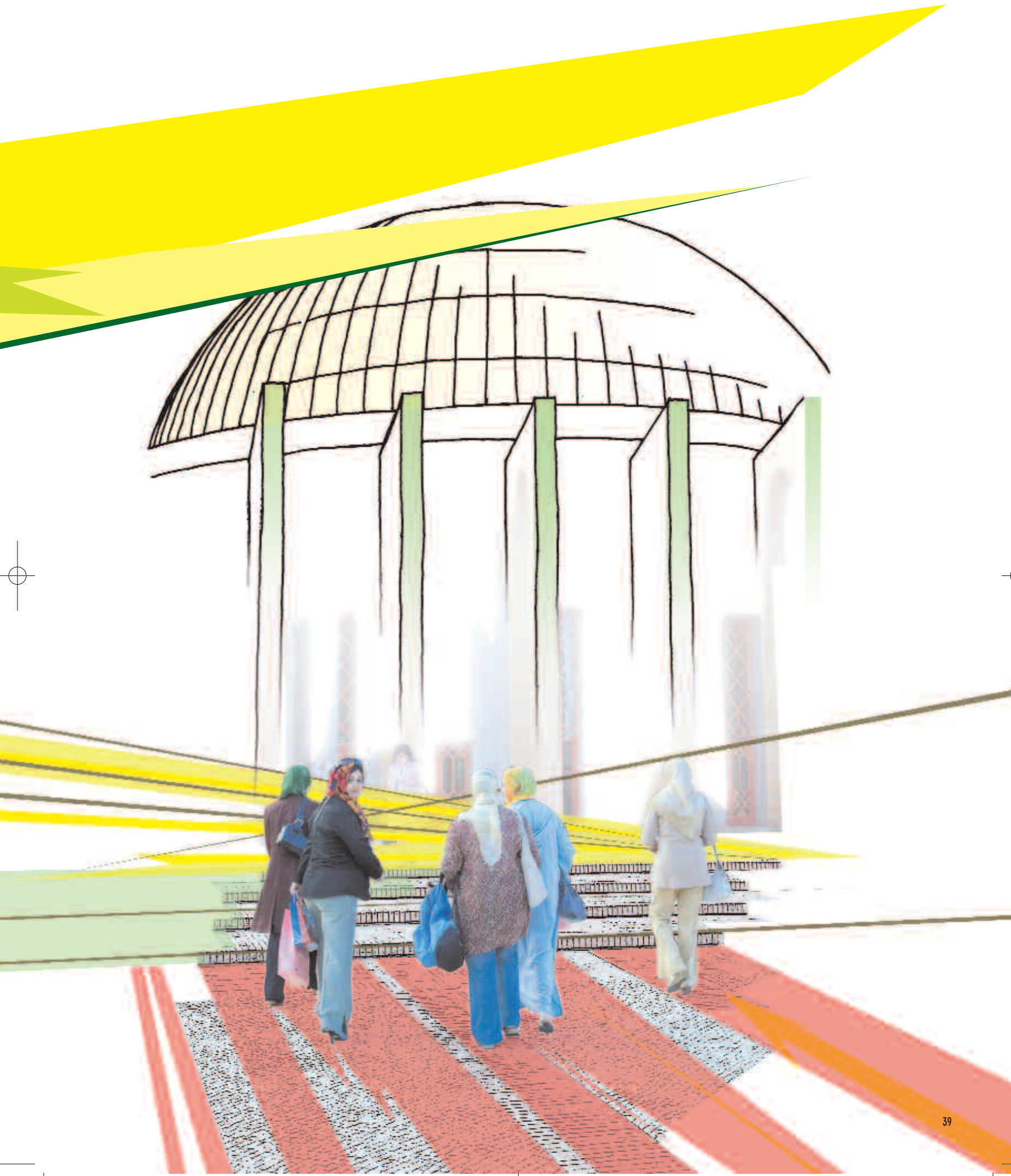


ELLAS toman el timón

Son luchadoras, tenaces, decididas.

Saben cuánto cuesta hacerse un hueco en un mundo todavía de hombres, el de la empresa. Y no se quedan en los despachos a verlas venir. La tercera edición de Fidem ha atraído a numerosas empresarias de Fuera de nuestras Fronteras, deseosas de intercambiar experiencias y de hacer negocios.

Por: JUANA VÁZQUEZ TORRES Fotos: REMEDIOS MÁLVAREZ



VECINAS DEL SUR

Houda Duali y Mrabet Aziza son marroquíes y empresarias en sectores tradicionalmente masculinos. También tienen formación universitaria. Ahí acaban las coincidencias. Mientras Houda heredó la empresa familiar de su padre, Mrabet ya sabía desde muy temprana edad que quería abrir un negocio propio cuando se hiciera mayor. Ambas han tomado las riendas de sus negocios y, por extensión, de sus propias vidas, en una sociedad como la alauita, sometida a cambios continuos y acelerados en muy poco tiempo.

Herederos Duali se dedica a la fabricación de baldosas hidráulicas desde 1979. A la muerte del padre, el hermano de Houda se hizo cargo del negocio durante unos años, pero aquello no funcionaba. “Cuando terminé mis estudios de Geología la empresa no iba muy bien, mi hermano pensaba en cambiar de negocio. Entonces me dije: por qué no trabajar en la empresa que conocía desde niña. Él se marchó y yo me quedé. No quería abandonar nuestro patrimonio”.



De eso hace ya diez años. “Al principio me encontré con una situación crítica. Había que pagar impuestos y a los trabajadores. Nuestra fábrica era de las primeras en trabajar con lozas hidráulicas y materiales de construcción. Con el tiempo han llegado otras empresas más grandes, así que la competencia se hizo más fuerte. Había que renovar material pero no teníamos para invertir. De manera que he tenido que conformarme con lo que había e ir aguantando hasta que la situación se estabilizó”.

De la experiencia salió una Houda más fuerte. “Durante esta etapa de crisis, salía a buscar nuevos clientes, no me quedaba en el despacho. Así conseguí repuestos, materias primas, para renovar las máquinas. Al principio no te aceptan. En la fábrica, los hombres que trabajaban allí no me tomaban muy en serio. Y cuando iba a alguna institución, o al banco, siempre preferían hablar con hombres, pero yo les decía, les digo, que soy yo la responsable de la empresa y que tienen que hablar conmigo. Con el tiempo han visto que soy seria en el trabajo y que el negocio va a mejor. He trabajado mucho, la gente confía en mí. Los clientes confían en mí”.

Hoy, Houda se siente “orgullosa de estar aquí y además no puedo cambiarlo. A veces es un poco difícil el trato con los hombres. Aunque no te digan nada de manera verbal, hay una mirada que te está diciendo que éste no es tu sitio. Pero con el tiempo me conocen y saben que me tienen que tratar como a cualquier empresario, y el hecho de ser mujer no cambia nada”. En ese sentido, sí que se considera pionera, en un tiempo en que “eran pocas mujeres las que se decidían, y trabajaban con hombres. Luchamos con paciencia, si bien a veces hay que sacrificar mucho tiempo y muchas cosas”.

La historia de Mrabet Aziza es un poco diferente. “Tenía claro lo que quería estudiar. Por mi forma de ser no dejo nada al azar, soy muy calculadora. Pero algunas veces los cálculos no salen y es lo que no podía preveer. Yo pensé que sólo con estudiar y tener la mejor formación lo tenía todo controlado. Para mi gran sorpresa, me encuentro que lo que tenía en mente no tiene nada que ver con la realidad”. Una vez terminados los estudios de Empresariales en la Universidad de Granada, eligió montar una empresa de importación-exportación y búsqueda de mercado, M&M. “Pero este sector está dominado por los hombres y más en mi país”.

Houda asume la herencia familiar (tanto su madre como sus cinco hermanas y un hermano, trabajan en la empresa) y reconoce que “si mi padre no hubiese abierto este negocio, yo no habría sido capaz de hacerlo. Mujeres solas, hay muy pocas que se atrevan”. En Marruecos, “las mujeres no salen mucho y no pueden estar muchas horas fuera de la casa. El hombre es el último en entrar, y te pregunta de dónde vienes, qué haces... te daña un poco pero hay que luchar para cambiarlo”.

“Aunque los hombres no te digan nada, hay una mirada que te está diciendo que éste no es tu sitio. Pero me conocen y saben que me tienen que tratar como a cualquier empresario”



EL PAPEL DE LAS ASOCIACIONES

Unos cambios que están en marcha. Para Mrabet Aziza, “en nuestro país el papel que juega el movimiento asociativo es tan importante, que gracias a él estamos consiguiendo todo lo que tenemos ahora. Por mi experiencia, los mejores negocios se hacen en reuniones privadas, donde no puede acceder una mujer, y de ahí vino la idea de crear asociaciones para mujeres. Estamos cambiando muchas cosas y en un tiempo récord, tales como la *mudawana*, o una cuota femenina en las dos cámaras. Y un montón de derechos y leyes que estaban por ahí pero que nadie aplicaba”.

La directora de Herederos Duali es también la presidenta de la Asociación de Empresarias del Norte de Marruecos, creada en 1997, y pionera del movimiento asociativo de la mujer empresaria marroquí. Y tiene la misma percepción que su homóloga: “cada vez hay más mujeres que salen fuera a abrir sus propios negocios, aunque sean pequeños. En Tetuán, en las Facultades de Economía, son más las chicas que estudian que los chicos, y también son más las que salen con ganas de abrir negocio propio”.

Una y otra aprovechan la oportunidad de participar en ferias como Fidem. Una ocasión también para contrastar experiencias con las mujeres españolas y andaluzas. “En Marruecos no recibimos ayudas concretas del Gobierno, ni hay fundaciones de mujeres como aquí. Sí

que hay a veces cursos de formación sobre temas que interesan a los empresarios, pero específicos de mujeres, no. La mujer lucha por sí misma”. Houda repite edición porque “siempre hay cosas nuevas, veo que las mujeres aquí tienen más ganas, más voluntad. Han estudiado, salido fuera, son muy luchadoras, sobre todo por sus derechos. Y me proporcionan energía para continuar”. Si bien cree que “tenemos que buscar nuestro propio modelo, sin por ello desaprovechar lo bueno de las experiencias de otras mujeres, para ahorrar tiempo y energía”.

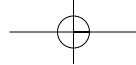
Houda Duali tiene claro que su volumen de negocio es “modesto, pero vivimos en una región, el norte, donde la economía no está tan desarrollada como en Casablanca. Con el puerto de Tánger abierto, hay que aprovechar para crecer. Las mujeres no podemos contentarnos con pequeños negocios que nos den para vivir, sino que podemos hacer grandes negocios como los hombres”.

Mrabet, por su parte, acaba de crear otra empresa de energías renovables, junto a dos compañías españolas, que se está implantando por todo Marruecos. “Como lo fundamental de mi empresa es implantar y acompañar a otras en la creación de su negocio, ahora mismo estoy preparando otros proyectos similares”. Su máxima, “mucho trabajo y buena eficacia, que siempre dan resultados seguros”.



“Estamos cambiando muchas cosas y en un tiempo récord, tales como la *mudawana*, o una cuota femenina en las dos cámaras”







LA FUERZA DE LATINOAMÉRICA

Fidem ha contado en esta edición con una nutrida representación del empresariado femenino latinoamericano, presente en todos los sectores de actividad. En este caso, las experiencias son tan distintas como los niveles de desarrollo económico que coexisten en el continente. Así, se cuentan empresas ya consolidadas, algunas en sectores muy masculinizados, junto a otras incipientes, que apuestan por productos innovadores. Y las hay que aprovechan sus maneras de organización comunitarias para trasladarlas a su negocio. Tienen también algo en común: cuentan con muy poco apoyo por parte de sus Gobiernos, prácticamente ninguno. Lo que las obliga en ocasiones a tejer redes para apoyarse mutuamente.

Estribawpa, Grupo de Mujeres Indígenas de Costa Rica, es un ejemplo del último caso. Se trata de una organización de base comunitaria dedicada al turismo y al desarrollo sostenible de su comunidad, ubicada en Bratsi, Talamanca, en la parte alta del río Yorkín, que separa Costa Rica y Panamá. Las doce socias actuales (hay dos socios más, ambos varones) aprovechan su propio hábitat, un hermoso espacio natural, para ofrecerlo como ruta turística. “Elegimos el turismo porque siempre habíamos tenido que irnos a trabajar a otro lugar para traer dinero a casa, y así no tenemos que irnos. También hacemos productos artesanales para ayudar a los varones y aumentar nuestros ingresos”, explica una

de las socias, Prisca Morales. Además de hacer negocio, conservan su propia cultura y valores, como “la tradición del chocolate, o hablar nuestra lengua y escribirla. Todo eso se estaba perdiendo y lo hemos rescatado. Otro valor nuestro es la biodiversidad, concienciamos a la comunidad de que tenemos que cuidar nuestros bosques. Y las personas que vengan a visitarnos van a valorar lo que tenemos”, añade.

La idea surgió en 1995, con sólo tres mujeres. El número de socias ha ido aumentando con el tiempo, al igual que la evolución positiva de los varones de la comunidad hacia el proyecto. Prisca lo explica así: “Al principio necesitábamos el apoyo de éstos pero no lo había. Siempre había conflicto, así que tomamos la decisión de dirigir nosotras la iniciativa. Ahora sí nos ayudan y han logrado aprender y entender que tiene que haber igualdad. Y que si venimos aquí, por ejemplo, es para llevar ideas nuevas a nuestras organizaciones y a otras que no han podido venir”.

En la actualidad, Estibrawpa tiene empleadas a diez mujeres y dos hombres y exportan cacao y banano a Italia y Chipre, aunque les gustaría dar el salto a otros mercados. Mientras tanto, acuden a ferias como ésta, “para vender nuestro producto, dar a conocer en qué punto de Costa Rica estamos, nuestra cultura, con todo lo que ello supone”.



LA PYME PERUANA

La Asociación Peruana de Mujeres Industriales del Sur, Misur, nació en 1997, con el objetivo de impulsar la pequeña empresa. Ocho mujeres de Arequipa que dirigían pequeñas y micro empresas formaron un gremio empresarial por el que han pasado desde entonces 647 mujeres.

“Las micro empresas en Perú son muy pequeñas y generalmente informales. A través del asociacionismo es cuando una mujer puede tener tendencia a crecer, aprende a trabajar para que su empresa sea más grande en el futuro y no sólo a mantener una empresa de subsistencia que seguirá siendo informal siempre. Nosotras, a través de Misur, hemos logrado ser la base exportadora de la región sur del país”, según Ana María Choquehuanca, fundadora y actual presidenta de la organización.

Y pone como ejemplo la cadena productiva de la Alpaca: “cada coordinadora tiene al frente un taller de 40 tejedoras y vendemos servicios a las grandes empresas. La finalidad es exportar directamente y en ello estamos”. La filosofía de MISUR se basa en la ética y la equidad: “nuestro personal recibe lo que le corresponde con justicia y equidad, y la práctica de la responsabilidad social empresarial va de la mano por cuanto también ayudamos a nuestra comunidad”.

Ana María se dedica al sector de metal mecánica, como su padre. “Desde muy pequeña me vi metida en este ámbito empresarial, que hasta la fecha me ha dado muchas satisfacciones. Es un sector muy interesante, donde se desarrolla tecnología, innovación y competitividad, en el que una mujer asume un reto atrayente ya que por lo general está en manos de empresarios varones”. Sobre las dificultades a las que se tuvo que enfrentar, es concluyente: “es muy difícil hacer empresa en mi país. En Perú la situación es crítica y no hay un entorno favorable. La agenda interna aún no se desarrolla y sólo se encuentran planes que no se han implementado. La pyme peruana hace su trabajo a pulso y todos los logros y avances son esfuerzos de cada pequeño empresario. En el caso de una mujer es aún más difícil. La legislación no ayuda, ya que hasta para pedir préstamos en el banco hay que llevar al marido para que lo autorice y firme. La mujer que quiere ser empresaria en mi país puede lograrlo, pero sólo asociada a una organización para que el camino sea menos dificultoso”.

Para la presidenta de Misur, “las empresas regentadas por mujeres tienen un mayor compromiso de desarrollo con la sociedad. Nosotras apostamos más por el país, porque en nuestra condición de madres queremos que nuestros países se desarrollen y se eleve la calidad de vida de nuestros hijos. Las mujeres trabajamos sin horarios y somos más arriesgadas en algunos casos. Sin ser feminista, creo en la capacidad de nuestras mujeres”.

En Fidem han expuesto ocho empresas integrantes de Misur. “Esta feria nos ha servido para medir la aceptación del mercado español en algunos aspectos, nuestras fichas técnicas ya tienen resultados y creemos que es muy importante para nosotras volver a retornar para tener una fotografía más exacta acerca de lo que en verdad queremos lograr”, concluye.

“Las empresas regentadas por mujeres tienen un mayor compromiso de desarrollo con la sociedad”

PRODUCTO INNOVADOR

Guatemala cuenta con pocas mujeres empresarias. Lo cuenta Dulce Urizar, creadora junto a dos socias más en 2004 de Natural Senses, empresa dedicada a la importación, venta y distribución de cremas naturales para el cuidado de la piel, cuyos ingredientes se importan de Nueva Zelanda y se elaboran de forma artesanal. “El producto es novedoso pero la manera de hacerlo es tradicional”, resume. “La idea nació viajando por Nueva Zelanda, vimos estos productos y nos planteamos trasladarlos a Guatemala. Creamos otra fuente de trabajo y los productos son naturales, así que ayudamos también al medio ambiente”.

La idea ha funcionado -la gente responde bien a este tipo de producto- y tienen 30 mujeres empleadas. “Es la mejor manera de crear empleo femenino, aunque nos gustaría seguir contribuyendo y cuando la empresa crezca, iremos contratando a más mujeres”. Aunque están “arrancando”, ya tienen planes de expansión. “Nos gustaría empezar por Centro América, que es lo que nos queda más cerca. Parte de nuestra intención al venir aquí es ver cómo funciona el mercado, qué empresas del sector hay y conocer un poco la competencia, que es muy importante”.

En su país, además de falta de apoyo institucional, existe “un cierto miedo por

parte de las mujeres para salir adelante como empresarias. Cuando ven que la empresa crece, ponen a un hombre al frente. Sienten que no pueden”. Y eso que las mujeres “somos mucho más detallistas, tenemos objetivos más directos y, cuando lo tenemos claro, no nos quedamos quietas hasta que los conseguimos. Creo que es una de las mejores características que puede tener una mujer, que es emprendedora, luchadora”.

A Dulce le llama mucho la atención ver que en España “apoyan tanto a las empresas de mujeres. En Guatemala no hay ninguna organización que lo haga, ni tampoco las instituciones”.





PIONERA MEXICANA

En Queretaro, a 220 kilómetros de Ciudad de México, se ubica la única empresa dedicada a importación, comercialización y fabricación de equipos para transmisión mecánica y manejo de materiales para la industria, que dirige una mujer. Y de eso hace ya 14 años. María Teresa Muñoz de Cote funda Conveyors and Rollers prácticamente sin dinero, “sólo con muchos deseos de trabajar y salir adelante. Actualmente cubrimos el mercado en todo el país y tenemos un proyecto en marcha en Venezuela”.

En el trayecto ha ido adaptándose a las situaciones. “El machismo prevalece en México, ya no tanto como hace 14 años, pero prevalece. Y llega una mujer que le habla a un ingeniero, a un gerente de proyecto, de temas que él en apariencia debiera dominar... No les resulta fácil. Pero hay una habilidad que he ido desarrollando al cabo de todos estos años. En un principio lo explicaba todo mucho y se sentían como agredidos, pero poco a poco empecé a dejar que ellos hablaran, limitándome a resolverles dudas. Y cuando no tenía la respues-

ta era honesta y les decía eso, que no la tenía pero que iba a buscarla y la traería. He hecho una alianza con los proveedores, de tal manera que cuando el proyecto se sale de mi conocimiento, el ingeniero me acompaña con mis cliente y éstos me tienen confianza, ya que saben que me comprometo a solucionarles lo que necesitan. A la vez, me capacito en la parte técnica, mando a mi gente a cursos. Creo que esta visión me ha llevado a que los clientes confíen en mi empresa”, sentencia.

Lo mismo vale para la propia estructura de la empresa. “Cuando tienes una infraestructura muy grande, ante la incertidumbre que vive el país, de pronto no sabes qué hacer con el taller, con los trabajadores, los ingenieros... Tienes una carga económica importante y no hay venta. Así que en los últimos años decidí reducir mi estructura y subcontratar los diferentes servicios, como el de instalación y fabricación”.

También ha aprendido de las crisis, que las ha habido. “Tuve un fracaso al principio y

seguí adelante. Y en estos últimos años nuestros gobiernos han sido muy irregulares, hay tanta corrupción, tanta fuga de capitales, que estuve a punto de cerrar la empresa. Pero me pregunté qué haría yo mejor que lo que he hecho los últimos 22 años. Entonces me replanteé la estrategia, dejé un poco de lado la línea que no estaba vendiendo, y me dediqué de lleno a los motores, y eso me dió otra vez el respiro para salir adelante y volver a aumentar las ventas en un 300 o 400 por ciento. Nos hemos consolidado y estamos ampliando el negocio con otros clientes”.

Y es que, a su juicio, “no hay límites. Aconsejaría a las mujeres que nunca metan en su cabeza el ‘no puedo’. Que no se dejen influenciar por nadie. El mundo lo construimos ahora, en este mismo momento, hoy tomo una decisión y me decido a hacerlo. Una encuesta reciente confirma que lo que menos se necesita para montar una empresa es dinero, y lo que más, el deseo, la pasión de querer hacer realidad ese sueño que tenemos en mente”.



PERSPECTIVA EUROPEA

Las empresarias del continente aportan su particular visión al universo de Fidem. Trabajan en sectores tradicionales como el textil y el de complementos y decoración, pero también en otros innovadores y al alza como las tecnologías de la información. Cuentan con apoyo institucional y la mayoría afirma no haber tenido más dificultades de las necesarias por el hecho de ser mujer.

Es el discurso de la italiana Francesca Camissoli, que hace tres años fundó en Florencia (Toscana) Kamal Desing, dedicada a la confección de productos de vestir, fabricados con fieltro. Kamal en lengua india significa flor de loto. Y de la India sacó Francesca la inspiración para diseñar y elaborar los artículos a base de fieltro que vende por toda Italia, Gran Bretaña y Francia. De Italia obtiene la reputación. “Cuando sales fuera a enseñar mis creaciones, tienen muy buena acogida, por el hecho de provenir de Italia”.

Francesca no ha tenido ningún problema por ser mujer, aunque sí conoce amigas

que lo han tenido más difícil que ella. “Sobre todo para aquellas que tienen una familia, es difícil dedicarle tiempo a sus hijos y a una empresa a la vez”. Sí admite diferencias en la manera de dirigir un negocio: los hombres son bastante autoritarios y mandones, y a veces hay que ser sociables y pacientes. Somos más flexibles y podemos ser más organizadas que ellos”. En definitiva, “hay muchos elementos de una mujer que hacen que podamos ser competitivas y triunfar en el mundo de los negocios”.

Ella puede considerarse una triunfadora. “Me siento muy bien por haber creado la empresa que quería y por hacer lo que me gusta. Es una gran satisfacción cuando te trazas un objetivo y lo consigues. Tampoco es que haya sido todo muy fácil, claro que hay obstáculos, pero ahora me va muy bien y eso me hace sentir orgullosa”.

Ahora Francesca espera que su proyecto prospere. Pero no de cualquier manera: no tiene intención de producir en grandes cantidades, para mantener la calidad artesanal. “Todas las prendas están he-

chas a mano con un método muy antiguo. Además somos respetuosos con el medio ambiente, todo lo que hacemos es cien por cien natural. Es la única manera de hacerlo ya que con máquinas y productos químicos los productos no quedan igual”. Espera poder abrir establecimiento propio y tener contacto directo con el cliente. “Así podría generar más trabajo, pero claro, eso lleva tiempo”.

“Hay muchos elementos de una mujer que hacen que podamos ser competitivas y triunfar en el mundo de los negocios”

COMPLEMENTOS LUSOS

Sandra Correia heredó la empresa familiar en 2002 y de buenas a primeras se encontró tomando decisiones en “un mundo de hombres”. César Correia es una empresa portuguesa fundada en 1983, que fabrica todo tipo de artículos realizados con piel de corcho, desde bolsos a cinturones, y que está atravesando un buen momento. “Tenemos un producto muy innovador y eso está haciendo que las ventas suban mucho. Siento que he cumplido uno de mis sueños desde que mi padre fundara la empresa”, cuenta Sandra con evidente satisfacción. La firma hace negocios en la Unión Europea y otros países.

Los inicios no fueron fáciles para ella, sin embargo. “Los que trabajan en esta empresa son hombres que tienen una cierta edad y al principio les costaba mucho aceptar que yo fuera su jefa. Pero han te-

nido que cambiar su mentalidad. Ha sido toda la empresa la que ha cambiado”.

Ha sido posible gracias al empeño de Sandra por lo que ella denomina sensibilizar la empresa. “Es un carácter más humano de los negocios que podemos aportar las mujeres a este mundo. Hemos intentado introducir una mentalidad femenina a la industria del corcho. Fomentar un espíritu de trabajo donde los empleados se sintieran identificados con la empresa a la que pertenecen. Hay que ser sincera, respetuosa y compartir con ellos los problemas. No sólo los problemas laborales o los que pueda tener un trabajador con su jefa, sino que también trato de contarles las dificultades por las que pasa la empresa. Trato en la medida de lo posible de comunicarme y de ser siempre sincera con ellos”.



AIRES DEL ESTE

La empresa estona Primarius, dedicada al sector de las tecnologías de la información y producciones multimedia, ha presentado en Fidem su producto estrella, el juego informático educativo 'A través de la ciudad', en el que se enseña a los niños a moverse sin peligro por las calles de la ciudad. Su propietaria, Eva Truuverk, no ve inconvenientes para traducirlo al español. "Los padres no tienen mucho tiempo para educar a sus hijos e Internet ayuda. En Estonia somos muy interactivos y lo hacemos todo por Internet. Por eso los productos multimedia nos parecen una buena idea para educar a los niños. Este juego es

único y ahora ha sido aceptado en las escuelas como parte de la educación oficial". También han producido 'el juego de la bicicleta', que ofrece a los pequeños ciclistas conocimientos teóricos y prácticos.

Pero la actividad de la empresa no se limita a los juegos educativos. También crea páginas web y diseños, soluciones multimedia. Crear el negocio ha sido fácil. "En Estonia las mujeres no tenemos ningún problema para crear una empresa. Lo importante no es que seas una mujer, sino qué hacer y por qué hacerlo". Quizá por eso "hay más empresarias en

mi país que en España y el resto de Europa. Aunque son sobre todo empresas pequeñas, empresas grandes es más raro encontrarlas". Tampoco entiende Eva "cuál es el problema de la igualdad en Estonia. No sabemos qué es el machismo. A lo mejor porque hemos recibido una educación soviética".

La empresa ha salido de Estonia y ha dado el salto a Letonia y Finlandia. Rusia es el próximo destino. Y más tarde, "queremos desarrollar nuestra red de empresas por todo el mundo. Es la razón de que estemos en Fidem, estamos preparadas para entrar en España".

"Los que trabajan en esta empresa son hombres que tienen una cierta edad y al principio les costaba mucho aceptar que yo fuera su jefa. Pero han tenido que cambiar su mentalidad. Ha sido toda la empresa la que ha cambiado"




EMPRENDER: una de las formas más viables para acceder y mantenerse en el mercado laboral

Cuatro días. Del 28 de septiembre al 1 de octubre, el Palacio de Exposiciones y Congresos de Sevilla (FIBES) se convirtió en un escaparate de mujeres emprendedoras dentro del marco de la tercera edición de FIDEM (Feria Internacional de Empresas de Mujeres), donde se puso en evidencia la realidad de que, en pleno siglo XXI, emprender se está convirtiendo en una de las formas más viables para acceder y mantenerse en el mercado laboral. Y las mujeres están asumiendo ese reto de permanecer, de vapulear algunos cimientos sociales, imponiendo su perseverancia e ingenio pese a la vorágine competitiva que prima en la actualidad.

Por: FÁTIMA FERNÁNDEZ BAENA Fotos: REMEDIOS MÁLVAREZ





Debemos ser realistas. El conjunto de empleos de pequeñas y medianas empresas creadas por mujeres, es una realidad heterogénea, compleja... y sorprendente. Natividad Alcalá Zafra nunca pensó que su vida desembocaría al frente de una empresa de prefabricados de hormigón. Tras una lucha burocrática, que parecía no tener fin, “Prefabricados Virgen de la Cabeza S.L.” nace en agosto de 2002 en Ferreira (Granada). Antes de esa fecha, con el plan de empresas debajo del brazo, el director del banco que le denegó el crédito se sorprendía de que un negocio dentro de un sector altamente masculinizado estuviera constituido únicamente por mujeres. “¿Piensas que te van a dar así más subvención?”, le preguntó. Y, como pretendía que le concediera el préstamo, tuvo que callar que su padre tenía una cantera de piedra y que el hormigón, la piedra – ¿qué más da?–, no eran palabras ajenas ni a ella ni a sus trabajadoras, aunque fueran mujeres. “Fue muy embarazoso no poder decirle determinadas verdades, pero me controlé”, afirma Natividad.

Al final acudió al programa VIVEM, donde la técnica que la atendió “echó muchas horas conmigo por el interés que tenía en que todo fuera bien. Porque creyó en mi empresa, en nuestra empresa”. Y sus ojos brillan al señalar un póster que hay detrás de ella donde aparecen cinco mujeres sonrientes, con atuendos de trabajo, al lado de una máquina enorme. Una de esas mujeres es su madre, socia de la empresa.

RECONOCIMIENTO

Mucho han cambiado las circunstancias desde los inicios, “desde aquellos momentos de angustia e incertidumbre”. Poco a poco van cumpliéndose todas las expectativas y, por suerte, sus prefabricados comienzan a ser demandados por empresas constructoras a nivel regional. Nati reconoce que no se han encontrado con ningún hombre “que se haya negado a darnos información o que haya ido a nuestra nave y, al ver que somos mujeres, no haya vuelto”.

Natividad piensa que el hombre siente inseguridad cuando emprende un negocio, pero por una cuestión de educación reprime esos sentimientos. “Nosotras estamos asustadas, es verdad; pero ellos también lo están porque, al igual que cualquier mujer, se están jugando lo poco que tienen. No obstante, y sin hacer demagogia, creo que nosotras asumimos más capacidad de riesgo, pero somos iguales y debemos tener las mismas oportunidades”.



LA EVOLUCIÓN DEL MERCADO

En esta línea, y según datos del Consejo Económico y Social, la tasa de supervivencia de las empresas creadas por mujeres es del 80%, lo que hace palpable una mayor capacidad de adaptación a los cambios y a la evolución del mercado.

Esa adaptabilidad, se pone de manifiesto con Natividad, que al vivir en una comarca deprimida consideró, simplemente, ser su propia jefa. O como Pilar Vinós Checa, directora de una empresa del sector de la construcción dedicada a la restauración del patrimonio cultural. "Arqueos S.L.", con sede en la capital cordobesa, nace en 1999. "Llegamos a este proyecto por el contenido. Yo no quería ser empresaria, pero como historiadora del arte, me gustaba mucho la materia que trabajo y, de alguna manera, llegó un momento en el que crear una empresa era necesario".

Negocios como el de Pilar, están ocupando una franja laboral denominada nuevos yacimientos de empleo. "Abarcamos desde la gestión del patrimonio cultural hasta la ejecución de los proyectos y eso es muy novedoso. De hecho, hemos aprendido técnicas tradicionales para recuperar los trabajos en su mismo formato".

Los numerosas labores de restauración realizadas, entre ellas en la Mezquita Catedral de la capital omeya, y la buena gestión de la empresa y sus trabajadoras (una media de diez o doce personas en función de la obra), están haciendo de Arqueos un referente en esta actividad. "Intentamos acaparar profesionales con muchas habilidades, que tengan una buena base y destreza artesana. Con estos criterios, poco a poco vamos subiendo de categoría a la par que creamos empleo".

También se ha desarrollado un programa de actividades formativas e informativas sobre la realidad del mercado y sobre las estrategias para posicionarse en él

CAPACIDAD DE SUPERACIÓN

Bien es cierto que la sociedad que nos ha tocado vivir incide en la diferencia sexual, sobre todo en los sectores tradicionalmente masculinos. Pero, a veces, se puede volver esa diferencia a nuestro favor pues, en una reunión de hombres, por ejemplo, una única mujer puede llegar a ser escuchada y obedecida por ser el elemento *distinto*. Vuelve a surgir esa capacidad camaleónica de la que suelen hacer gala la mayoría de emprendedoras. Lo importante, confirman todas, es no ponernos a nosotras mismas ninguna limitación ni cortapisas y ser valientes.

Doniz Leonor Zuleta Blanco da muestras de ello. De nacionalidad colombiana, es arquitecta especialista en Dirección de Empresas Constructoras. Junto a su marido, William Guillén, está al frente de "Don-Will S.L.", con sede en Aguadulce (Almería), pero creada en el año 2003 en la ciudad de Granada. Gracias a una adecuada formación, tenacidad y seguridad en si misma, Doniz ha conseguido que esta empresa dedicada a la construcción, rehabilitación y reforma de inmuebles haya expandido su campo de acción en poco tiempo, llegando a ser reconocida en todo el ámbito nacional.



TRABAS

¿Algún problema suscitado por el hecho de ser mujer? Muchos inconvenientes. “Para empezar, el nombre es masculino porque es una manera de captar a los clientes”, comenta la directora de Don – Will (proveniente de Doniz y William). “Lo utilizamos para atraer porque todavía existen personas que rechazan trabajar con una empresa que tenga un nombre femenino. Ahora bien, tengo que reconocer que cuando piden algún tipo de asesoría y ven las valías que poseo me aceptan. Además, una vez que entran, no los dejo salir”.

Doniz Leonor es escrupulosa con su trabajo. “Aunque llevo la parte directiva y la administración, me gusta ir a las obras y darme cuenta que las cosas se están haciendo según como las programo. Hace algún tiempo tuve que decirle a una persona que pretendía menospreciarme que no quería que trabajara para mi empresa. Yo soy mujer y a mí se me respeta. Afortunadamente, tengo el carácter necesario para tratar con el tipo de hombres, generalmente machistas, que existen en la construcción”.



RECOMPENSAS

Por otro lado, al entrar en contacto con otras empresas agrupadas bajo el epígrafe de "Construcción, maderas y afines" en FIDEM, Doniz y William han podido darse cuenta de lo grande que es su negocio, además de estar satisfecha, comenta ella, "somos una de las empresas pioneras dedicadas a la construcción, regidas por una mujer. También llevamos la dirección de las obras y trabajamos por programas y planificación algo que, en la actualidad, no se realiza; sin embargo, yo también lo hago como mujer".

Esa capacidad de darse cuenta del lugar que ocupa, le hace afrontar la lucha de ayudar y colaborar con mujeres valientes y afines al sector (más de lo que pensamos) "para que consigamos crear una red de trabajo de mujeres".

RADIOGRAFÍA ACTUAL

Y es un buen deseo porque la realidad es que, en la actualidad, todavía se mira con expectación la incorporación de la mujer al mercado laboral, no sólo como emprendedora sino como trabajadora. El panorama ha mejorado considerablemente en los últimos años pero, aún así, hay singularidades sociales que establecen claras diferencias entre ambos géneros. La situación de la mujer en la España de hoy en día, podría resumirse en un aumento de la participación en el mundo laboral, especialmente en las edades centrales, coincidiendo con la vida familiar. También se acrecienta el porcentaje de mujeres asalariadas, hecho que confirma que su situación profesional está cada vez más aceptada y socialmente reconocida.

Asimismo, se extiende el número de mujeres empleadas con estudios superiores y su presencia se hace patente en casi todos los sectores económicos. Sin embargo, si bien es cierto que las mujeres acceden al trabajo, no deja de ser menos cierto que aún se sitúan lejos del poder, feudo que aún mantiene la población masculina. La tasa de incorporación de la mujer a cargos directivos, de hecho, es aún menor del 5 por ciento.

En cambio y aunque aún sea bajo, en Andalucía el número de mujeres contratantes se ha incrementado en más del doble en los últimos diez años, representando actualmente el 24 por ciento del empresariado andaluz.

El panorama ha mejorado considerablemente en los últimos años pero, aún así, hay singularidades sociales que establecen claras diferencias entre ambos géneros

FIDEM 2006 se ha establecido como un foro de negocios pensado para cubrir las expectativas de las mujeres empresarias. Un escaparate para posicionar al empresariado femenino de nuestra comunidad en el mercado laboral nacional e internacional



Se ha desarrollado un especial interés en ofrecer a las mujeres empresarias una feria de negocios que contribuya a su crecimiento y posicionamiento en el mercado, mediante la realización de acuerdos comerciales, tanto con empresas visitantes como con otras expositoras

APROVECHAMIENTO DEL ENTORNO

Una de esas empresarias es Adelaida Muñoz, que en la Sierra de Huelva, más concretamente en Castaño del Robledo, crea su empresa en 2004. Una empresa dedicada a las conservas artesanales derivadas de la castaña que comercializa bajo la marca "El Monumento". Adelaida considera que, como mujer, no ha tenido "más problemas que otras personas", pero sí cree que, en la actualidad, ser emprendedora "supone cierta dosis de valentía y riesgo que hay que saber valorar". Al ser una empresa incipiente, su participación en concursos y premios es escasa, por lo que está realizando una importante apuesta por dar a conocer sus productos -entre ellos, su exquisito paté de castaña y jamón ibérico- a través de incursiones en ferias y jornadas, pues considera que "fuera de estos ámbitos es muy difícil darse a conocer, sobre todo un comercio tan pequeño como el mío".

En esa línea de aprovechamiento del entorno, surge en la provincia de Jaén "Arteoliva del Condado S.L.". La gerente de la empresa, Ani Vico Guzmán, cuenta que hasta llegar a la consolidación de su proyecto, creado en 1998, ha realizado "toda una licenciatura". El mundo de la carpintería, su empresa comercializa productos en madera de olivo (suelos, parqué, mobiliario de cocina, objetos decorativos... más de 500 artículos diferentes creados en 660 metros cuadrados de instalaciones) al igual que el de la construcción, es bastante cerrado. "Mis compañeros de profesión o me trataban de manera paternalista o no me tomaban en serio", asegura Ani. Sin embargo, hoy por hoy, la constancia y el buen hacer han hecho que, al mirar atrás, ella se siente orgullosa de toda la trayectoria recorrida. "Yo me siento artesana, carpintera, y nuestros productos son de la máxima calidad".



En otro punto de la Geografía andaluza, San Fernando (Cádiz), Sagra Ibáñez creó un taller textil en el año 2001. Según comenta tampoco lo tuvo muy fácil al comienzo, cuando decidió dedicarse al diseño y a la realización de complementos de moda artesanal aunque, recuerda, que no tuvo ningún problema añadido al comenzar “por el hecho de ser mujer”. Hoy por hoy, todos sus productos son piezas únicas con diseños exclusivos realizados con técnicas ancestrales y su marca es reconocida internacionalmente aunque, reconoce, “me gustaría que me conocieran más”.

Otra de las empresas participantes en FIDEM06 ha sido la empresa Filigrana, situada en el sevillano polígono Store, dedicada desde hace más de 50 años a la fabricación de castañuelas profesionales. Lucía Álvarez tiene 31 años y es la responsable de continuar con la tradición familiar en el arte de fabricación de castañuelas. Para estos palillos tan especiales hay lista de espera de hasta dos años “porque se fabrica uno al mes artesanalmente y a mano, explica Lucía, con un material de fibra de vidrio, color marfil, que ya no se encuentra en el mercado”. A Lucía no le importa echarle todas las horas que haga falta a su trabajo porque, además de la consolidación de su empresa, ama lo que hace.



INNOVACIÓN

Hay que dejar patente que la función primordial del empresariado femenino en España es comercial, y que la participación de las mujeres en empresas innovadoras es baja en todos los niveles del mercado de trabajo, siendo también bastante baja en sectores de tecnología avanzada. Pero no inexistentes.

Corría el año 1997 cuando emerge en la capital malagueña la primera empresa del grupo Orther, Higiene y Protección (OHP), encargada de realizar equipos de protección y ropa de trabajo. María Dolores Hércules opina que la apuesta innovadora que hizo en su momento por un sector prácticamente desconocido –prevención de riesgos laborales– le ha valido el éxito que está cosechando ahora “superando fronteras en la producción y la exportación del producto”. Los principios no fueron fáciles, en parte debido a su condición, pero María Dolores es un ejemplo de superación y hoy su compañía abarca firmas farmacéuticas, electrónicas y centrales nucleares.

Gema Rodríguez Hidalgo, es otro ejemplo, se encuentra al frente de Mamy, empresa con servicio de atención inmediata pionero en la comunidad de Castilla – La Mancha. Cuando cursaba sus estudios de Técnico Superior en Servicios al Consu-

midor, en una de las asignaturas le encomendaron proyectar un producto innovador. Ahí comienza a gestarse Mamy que ha esperado tres años hasta poder hacerse realidad. Esta empresa dedicada a personas en situación de dependencia, asume el reto de cuidar enfermos a domicilio, las 24 horas y los 365 días al año; y también ofrece cuidado en los hospitales o cuidado de niños en bodas. Actualmente trabajan en la empresa siete mujeres pero no se debe a una discriminación positiva, asegura Gema, “sino que he considerado que están mejor cualificadas”.

Aunque se trata de una empresa joven, tiene proyectos en Andalucía y en Madrid donde presentará un proyecto integral y totalmente innovador, dirigido a las personas dependientes. Todo este ajetreo le permite tener poco tiempo para ella “tengo que reconocer que, desde noviembre de 2005, fecha en la que abrí el comercio al público, todo gira alrededor del mismo, por lo que considero que, aunque hay que tener la suficiente ambición para abrir fronteras en nuestros negocios (y eso supone tiempo), sí puede resultar un poco dificultoso para las mujeres que tengan cargas familiares, por eso mi empresa se dedica a ellas ya que como todas sabemos las mujeres somos las cuidadoras por excelencia”.

ESPECIALIZACIÓN

También pensando en las mujeres, pero con problemas de sobrepeso, nace “+XL” (“Más por ele”) hace cuatro años en Lugo. Marga Expósito y Nieves Regueira, decididas a explotar líneas laborales menos exploradas, crean esta empresa dedicada a la venta al menor de ropa de tallas grandes para la gente joven, hartas, cuentan, “de escuchar a amigas quejarse de la inexistencia de ropas adecuadas”. Visto como esta el mercado creemos que “somos de las pocas que nos dedicamos a esto, lo que nos hace ver que vamos por buen camino”. Reconocen que han tenido ayuda de la Xunta de Galicia y que, en la actualidad, luchan porque los fabricantes aporten más variedad a la ropa de tallas grandes. “Los fabricantes no se arriesgan y crean prendas a cuenta gotas, un único modelo por talla y color”, se lamentan.

También se ha especializado, dentro del sector textil-comercio, “Uniformes Ellas S.L.”, empresa madrileña dedicada a la fabricación de uniformes para todo tipo de negocios. “Nosotras personalizamos el color, la talla, etc., frente a otras empresas del sector”, asegura Encarna Zamora. Siguiendo la tradición familiar, son cinco trabajadoras y mujeres: “Por eso somos ellas”.

Las empresas andaluzas y nacionales que aparecen en este reportaje son representativas de un panorama empresarial amplio y heterogéneo



SUPERACIÓN DE ROLES IMPUESTOS

Aunque no debería suceder, todavía hoy, existen sectores profesionales en los que las mujeres son discriminadas por el hecho de serlo. En Arroyo de la Luz, un pueblecito ubicado a 18 kilómetros de Cáceres (Extremadura), Inmaculada Montero asume la gerencia de “Caribú Sanidad Ambiental S.L.” dedicada al control de plagas, desratización, desinsectación, desinfección, tratamiento de legionella y tratamiento antixilófagos. “Llevo en este tema desde 1998 y no he tenido problemas por ser empresaria, propiamente, sino por ser mujer”. Más de una vez he tenido que escuchar “estas me van a quitar a mi las cucarachas...”.

Con menos experiencia, pero no menos innovadora, nos encontramos a Isabel Nogales y a su empresa “SonidoaudioMP3” creada en abril de 2006. “En tan corto espacio de tiempo, arguye, no puedo quejarme porque el mayor período de ganancia lo hemos tenido en la época estival”. Aunque Isabel suele moverse con representantes para la gestión y organización de eventos en el ámbito de sonido e iluminación profesional, audiovisuales y multimedia, en algún momento le han pedido hablar “con alguien más cualificado”. En esos momentos ella se regodea al decir solemnemente, “disculpe, pero soy la jefa. Si quiere hablar con alguien, hable conmigo”.

PANORAMA HETEROGÉNEO

Las empresas andaluzas y nacionales que aparecen en este reportaje son representativas de un panorama empresarial amplio y heterogéneo. En el tintero nos quedan los chocolates de Amalia, una prestigiosa firma albaceteña con renombre internacional; las extracciones de sal marina en Isla Cristina (Huelva) y sus flores de sal; las ventas al por mayor de carne de caza en Monterías Cencerra, desde Andujar (Jaén), o la producción de envasado de miel en Pozo Alcón de Apisiera, como ejemplo de empresa rural.

Todas ellas, en mayor o menor medida, han superando obstáculos y dificultades y han sabido poner en marcha sus propias empresas. FIDEM ha sido el ejemplo y la demostración de que no sólo están profesionalmente capacitadas, en igualdad de condiciones, sino que en este terreno poseen ventajas comparativas que las cualifican para emprender cualquier aventura empresarial, atravesando esos techos de cristal, esas limitaciones a las que las mujeres suelen enfrentarse en el ámbito laboral. Como decía una de estas valientes emprendedoras, “no tengo prohibido soñar. Y con esfuerzo, los sueños se hacen realidad”.

UN LUGAR AL SOL

En palabras de María Callejón Fornieles, directora general de Política de la Pequeña y Mediana Empresa, “el perfil de la empresaria española suele adaptarse a una mujer joven, con base educativa bastante desarrollada y plenamente consciente de su deseo de tener un lugar al sol. Teniendo en cuenta que las empresas de menos de 250 trabajadores y trabajadoras representan en nuestro país el 80 por ciento del empleo –en términos de Producto Interior Bruto (P.I.B.) algo menos de esa cifra–, es interesante destacar la oportunidad que suscita una feria como FIDEM, para las mujeres, convirtiéndose en un foro de intercambio de información y conocimiento y fomentando, asimismo, la adquisición de confianza en las emprendedoras”.





XIII Encuentro Andaluz de Formación Feminista Mujeres jóvenes | encontrándonos en la diversidad

Centro de Formación Feminista "Carmen Burgos" Baeza (Jaén)
2, 3 y 4 de Noviembre de 2006

Baeza acoge un año más el Encuentro Andaluz de Formación Feminista

El Centro de Formación Feminista, Carmen de Burgos, en Baeza, ha acogido un año más el Encuentro Andaluz de Formación Feminista en su edición número XIII. Este año bajo el lema "Mujeres Jóvenes: encontrándonos en la diversidad" se abordaron las múltiples realidades, situaciones y planteamientos de las mujeres jóvenes, en relación a la construcción de su propia identidad y a su implicación con el feminismo.

Las voces de las jóvenes, que representaron el 75% de las participantes, cubrieron todo el programa en los diversos espacios de debate, talleres y actividades lúdicas que se celebraron, configurando un todo armónico que favoreció el crecimiento personal y la

creación de redes. El Encuentro logró que las mujeres jóvenes se encontrasen entre sí y se sintiesen participes del cambio social desde sus diversos planteamientos y formas de participación.

Las diversidades que caracterizan a las mujeres jóvenes son múltiples y plantean diferentes necesidades e intereses, y este hecho quedó patente en los diferentes debates que se trataron en el Encuentro. Debates en los que se habló de temas tan diversos como: el asociacionismo ¿sigue siendo válida la mirada de género?; mujeres jóvenes y feminismo hoy: ¿rebeldía o conformismo?; el uso estratégico de las nuevas tecnologías para la igualdad o los intereses y las reivindicaciones de las jóvenes. Opinión unánime de todas las participantes fue la necesidad de incorporar una agenda común para identificar las diferencias sustantivas de las mujeres jóvenes y articularlas a partir de prioridades comunes que las una en la diversidad.

La generación joven demuestra cada día, y así se sintió en Baeza, que a pesar de los obstáculos, tiene una gran capacidad creativa, fortaleza, capacidad de recuperarse, de aprender, de reír y vivir el presente comprometido con el futuro.

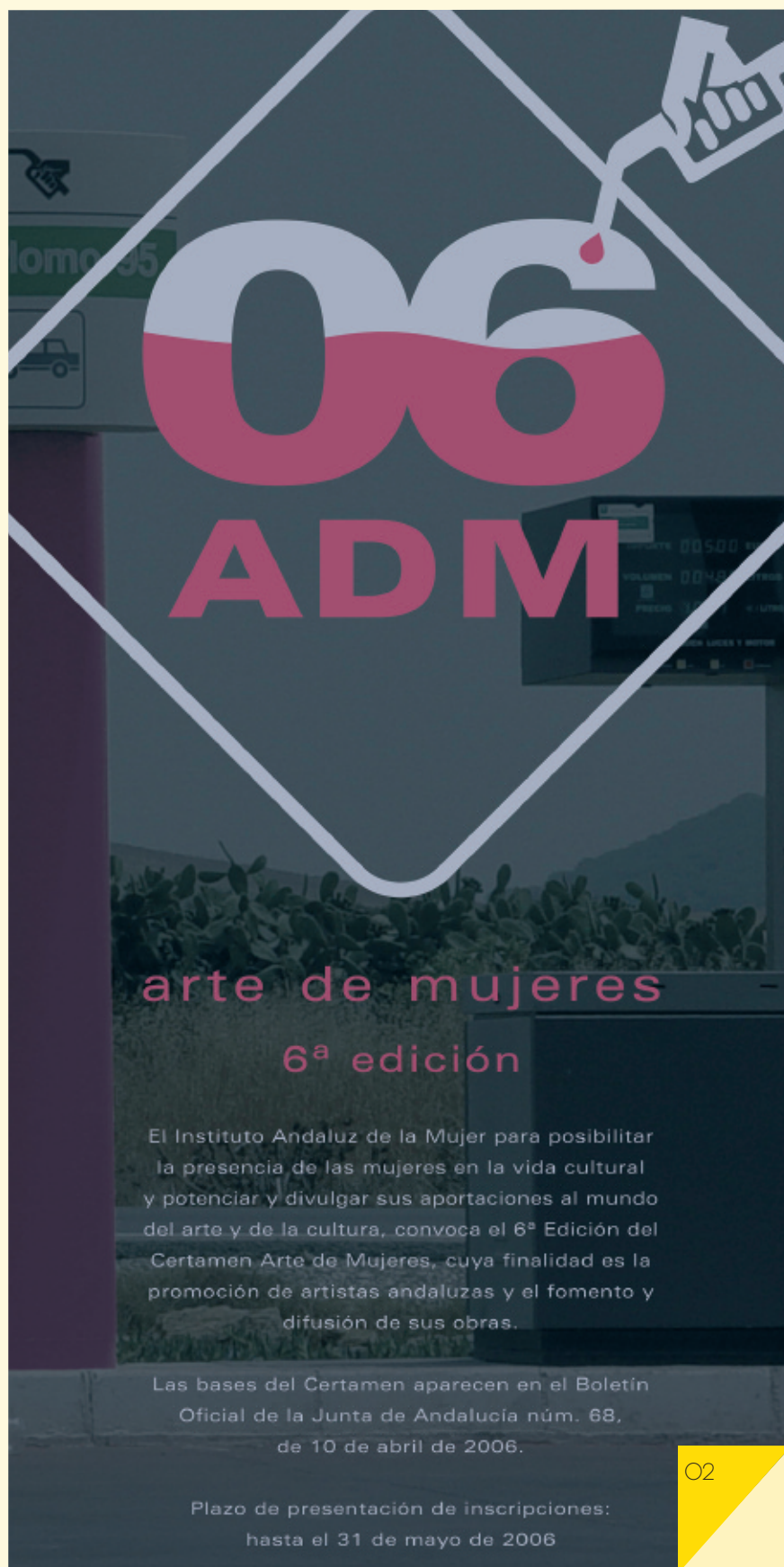
La artista granadina Violeta Iriberry gana la VI edición del Certamen Arte de Mujeres

El jurado destacó la gran calidad de las obras presentadas

La granadina Violeta Iriberry Moreno ha ganado con el video "Serie danza: Pas de Bourrée", el primer premio de la VI edición del Certamen Arte de Mujeres organizado por el Instituto Andaluz de la Mujer para posibilitar la presencia de las mujeres en la vida cultural y potenciar y divulgar sus aportaciones al mundo del arte y de la cultura. El primer premio está dotado con seis mil euros y diploma. Asimismo, el jurado compuesto por Carmen Alborch, diputada y escritora; Rosina Gómez-Baeza, directora del Instituto de Arte Contemporáneo; Magda Bellotti, galerista; y las artistas Pilar Albarracín y Angeles Agreda, ha concedido tres accesits, dotados con dos mil euros cada uno y diploma, a las artistas Belén Alarcón Ruíz, Teresa Corrales Castro y Águeda Fernández Peregrina, destacando en su fallo la gran calidad de las obras presentadas.

A la VI edición del Certamen se han presentado 1.040 obras en las modalidades de fotografía, escultura, instalación, arte digital y video, entre otras, ya que el tema, la modalidad artística y la técnica de las obras era libre. Por modalidades, de pintura se recibieron 664 obras; de fotografía 186; de escultura 66; instalaciones 30; de arte digital 13; de video 10; de cerámica 5; y de otras modalidades 66. Por provincias de Sevilla se han presentado un total de 320 obras, lo que supone el 30,8% de las obras presentadas, de Málaga 224 obras, el 21,5%; de Granada 146, el 14%; de Cádiz 86, el 8,3%; de Huelva 72 el 6,9%; de Córdoba 67, el 6,4%; de Almería 51, el 4,9%; y de Jaén 45, el 4,3%.

El Certamen que nació con el objetivo de promocionar y dar a conocer la obras de las artistas andaluzas o residentes en Andalucía, es en esta materia único en España, y ha visto, como ha señalado la directora del IAM, Soledad Ruíz cumplidos plenamente sus objetivos, ya que desde que inició su andadura en 1998 hasta esta VI edición se han presentado al mismo un total de 2.978 obras de artistas, para las que el Certamen es ya un punto de referencia. De las obras presentadas, el jurado ha seleccionado 24, incluidas las ganadoras, que serán recogidas en un catálogo y que podrán ser vistas en la exposición que se está montando al efecto.



arte de mujeres
6ª edición

El Instituto Andaluz de la Mujer para posibilitar la presencia de las mujeres en la vida cultural y potenciar y divulgar sus aportaciones al mundo del arte y de la cultura, convoca el 6ª Edición del Certamen Arte de Mujeres, cuya finalidad es la promoción de artistas andaluzas y el fomento y difusión de sus obras.

Las bases del Certamen aparecen en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía núm. 68, de 10 de abril de 2006.

Plazo de presentación de inscripciones:
hasta el 31 de mayo de 2006

O2

Celebradas las jornadas conmemorativas sobre el 75 Aniversario del Sufragio Femenino en España

Inauguradas por el presidente de la Junta de Andalucía, Manuel Chaves, la presidenta del Parlamento M^a del Mar Moreno y la consejera para la Igualdad y Bienestar Social, Micaela Navarro se celebraron del 18 al 20 de octubre, en Sevilla, las jornadas conmemorativas del 75 Aniversario del Sufragio Femenino en España. En las jornadas se recordó el denso y complejo recorrido histórico que ha mediado entre octubre de 1931 y octubre de 2006, lleno de sombras y luces y que abre las puertas a un siglo XXI donde los trascendentales logros alcanzados en las dos últimas décadas se traducen en

avances legislativos y en nuevos retos que han de consolidar el acceso de las mujeres a la ciudadanía plena y a la participación política en igualdad

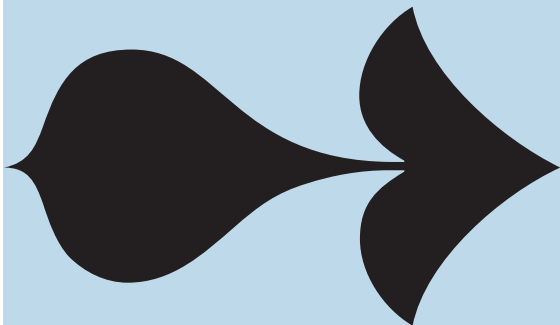
Bajo el lema genérico “Del derecho al voto a la paridad”, en estos tres días se ha intentado recuperar el punto de partida sustentado en las bases de la filosofía, y el pensamiento feminista, para trazar conjunta y solidariamente, el recorrido hacia el pleno ejercicio de los derechos y libertades democráticas. En el marco de las jornadas, de las que se recogerá una amplia información en el número 42 de nuestra revista, la consejera, Micaela Navarro y la directora del IAM, Soledad Ruiz, inauguraron la exposición “Las andaluzas y la política (1931-2006)”, una exposición que representa una extraordinaria oportunidad de reencontrarnos con la memoria histórica y de poner en valor la fuerza y las convicciones de nuestras antepasadas que supieron ver la importancia de acceder, en pie de igualdad, al espacio público.

75
AÑOS
SUFRAGIO
FEMENINO
EN ESPAÑA



ATA GÓMEZ, Fondo España

03



O1

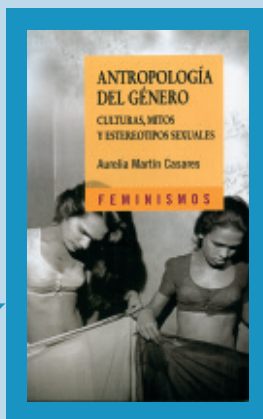


Las Genealogías

MARGO GLANTZ
Editorial Pre-textos
Valencia, 2006

Las Genealogías, en el conjunto de las obras de Margo Glantz, se distingue por el papel decisivo que desempeña la memoria, un nuevo elemento que añade al libro una sorprendente y cautivadora profundidad, un entrañable sentimiento de intimidad. Esta autobiografía familiar, que rastrea en los orígenes centroeuropeos de los Glantz, sigue los pasos de la forzada peregrinación y asiste al arraigo y al florecimiento en el suelo de México de esta familia. Todo desde la perspectiva fervorosa y asombrosa de la autora, que da testimonio de la epopeya de los suyos y se suma a ella como protagonista. Un testimonio emotivo que recupera los orígenes de una familia judía en México.

O2



Antropología del Género

Culturas, mitos y estereotipos sexuales

AURELIA MARTÍN CASARES
Ediciones Cátedra
Madrid, 2006

Existe una tendencia muy generalizada a confundir "género" con "mujeres", y a pensar que cualquier investigación de género se centra exclusivamente en las mujeres, mostrándolas persistentemente como víctimas del sistema patriarcal. Otro error, también común, consiste en identificar "género" con "sexo" y, por tanto, creer que se trata de un concepto dual (masculino y femenino).

Este libro pone de manifiesto la falacia de ambas afirmaciones y abre el horizonte intelectual a nuevas interpretaciones y metodologías de investigación que se alejan de los estereotipos tradicionales, resultando un libro útil para un público amplio, ya que uno de sus objetivos es proporcionar las herramientas conceptuales esenciales relativas a la perspectiva de género, útiles tanto para antropólogas y antropólogos como para profanos interesados en la materia.

O3



Monoparentalidad y política Familiar

Dilemas en torno a la madre cuidadora/
madre trabajadora

ISABEL MADRUGA TORREMOCHA
Centro de Investigaciones Sociológicas
Ediciones Siglo XXI
Madrid, 2006

El objeto de la investigación que sustenta esta obra es la descripción y análisis del fenómeno de la monoparentalidad y de las políticas familiares, que son utilizados como categoría analítica para estudiar la relación entre el Estado, el mercado y la familia.

La metodología elegida para llevar a cabo este objetivo ha sido el estudio comparativo de la situación de este modelo familiar en Suecia, Reino Unido y España, tres países que pertenecen a tres tradiciones de política familiar diferente y que se distinguen entre sí porque la presión ejercida sobre la monoparentalidad presenta distintos niveles. La investigación aborda el fenómeno de la monoparentalidad y las políticas familiares de este tipo adoptando una estrategia macrocomparada. En las últimas décadas este modelo familiar han experimentado un continuo crecimiento y un mayor riesgo de pobreza que otro tipo de familia, pero esta vulnerabilidad no es la misma en todas las sociedades. El libro señala los determinantes de este tipo de familias, su carácter creciente y los problemas asociados que conllevan: socioeconómicos, psicológicos y de género, centrando el debate, por un lado, en la consideración de la madre como trabajadora o exclusivamente como cuidadora, y por otro, en la fusión de los intereses de género en intereses familiares y en su formulación como intereses generales y no específicos.

04



La plenitud de la Señorita Brodie

MURIEL SPARK
 Editorial Pre-textos
 Valencia, 2006

En la década de los años treinta del siglo XX, la señorita Jean Brodie es maestra en una escuela femenina de Edimburgo. Entre sus alumnas, selecciona cada año a un grupo de niñas especiales a las que inculca sus ideas morales y estéticas, con el propósito de evitarles un futuro de rutina y de vulgaridad. Pero sus métodos pedagógicos entrarán en conflicto con las convenciones establecidas, a la vez que irán derivando hacia una decidida manipulación de la mentalidad de su grupo selecto de alumnas, hasta el punto de urdir para ellas estrategias sexuales arriesgadas y de intentar determinarles el porvenir.

Con esta novela, Muriel Spark nos introduce en un mundo de apariencia inocente pero de fondo revuelto, en el que los anhelos y las frustraciones, las intrigas amorosas y profesionales, las devociones y los rencores se entremezclan de forma sutil e inexorable, tejiendo un pequeño tapiz que representa las dobles y meandros más profundas de la condición humana.

La plenitud de la señorita Brodie fue publicada por primera vez en 1961, y el paso del tiempo la ha convertido en un clásico. Fue adaptada al teatro y posteriormente llevada al cine. Ésta es la primera ocasión en que se traduce al castellano.

05



¿Todo por amor?

Una experiencia educativa contra la violencia a la mujer

ROSA SANCHIS
 Ediciones Octaedro
 Barcelona, 2006

¿Todo por amor? es, a pesar del interrogante que plantea el título, una historia de amor a la educación como motor y combustible de vida, y también la constatación de que se puede amar y crecer a la vez, amar sin cortar las propias alas y ampliar el territorio. El libro recoge los relatos y las valoraciones de los alumnos que han pasado por las clases de educación afectiva y sexual de Rosa Sanchis, por sus discusiones y por un saber teórico, fruto de quince años de estudio y trabajo a pie de clase.

La aparente sencillez de la obra es una virtud que no esconde la exacta radiografía de la manipulación moral que el patriarcado ha cometido con las personas, en especial con las mujeres, personajes secundarios en la película de la vida. Pero la cámara que la profesora ha instalado en el aula se gira aquí hacia la violencia ejercida contra ellas y muestra claramente cómo la semilla de los principios patriarcales se enraíza en las creencias y sentimientos de los jóvenes.

Amor y dolor han ido demasiado tiempo de la mano; libros como éste son necesarios porque ofrecen a los adolescentes (y también a los adultos) diferentes herramientas que cuestionan una educación demasiado restrictiva y porque proponen recuperar la capacidad para explorar y crear placer en las relaciones afectivo-sexuales y el tiempo para pensar y perderse en la fantasía.

06



Las andaluzas y la política 1931-2006

INSTITUTO ANDALUZ DE LA MUJER
 Sevilla, 2006

Conmemorar el setenta y cinco aniversario de la conquista del voto femenino en España trasciende el hecho histórico vivido en las Cortes Constituyentes de 1931. Para las sufragistas acceder a las urnas supuso una reivindicación clave en el contexto de un proceso más amplio de conquista de una ciudadanía plena que requería la participación activa de las mujeres en la formulación y ejecución de las políticas. También el siglo XX español, envuelto en sus luces y sus sombras, pasará a la historia por haber sido testigo de la progresiva incorporación de las mujeres a las estructuras de poder y a la adopción de decisiones.

En este catálogo, editado por el IAM, se recogen algunos de los documentos gráficos que forman parte de la exposición "Las andaluzas y la política 1931-2006" presentada en octubre en Sevilla con motivo de dicho aniversario, así como los textos de las profesoras universitarias Gloria Espigado, Sofía Rodríguez, Encarnación Lemus, María F. Sánchez y María Teresa Vera, sobre la Historia de las mujeres desde la II República hasta nuestros días, un interesante ejercicio de reconstrucción del pasado, que nos permite tomar conciencia de los avances alcanzados y de la responsabilidad de consolidarlos en el presente y de ampliarlos en el futuro. Se pretende que esta publicación sirva como tribuna viva de la memoria del nosotras y de nuestra contribución cotidiana al devenir más reciente de la vida española.