



**empoderamiento  
y liderazgo**

**Estrategias y mejores prácticas  
para el empoderamiento de las mujeres  
en el África Subsahariana  
documento estratégico**



**Stratégies et meilleures pratiques  
en faveur de l'empowerment des femmes  
en Afrique Subsaharienne  
document stratégique**



**Strategies and best practices  
for the empowerment of women  
in Sub-Saharan Africa  
strategic document**

EDITA Y ELABORA / EDITÉ ET ÉLABORÉ PAR / EDITED AND PREPARED BY

**mujeres**  
FUNDACIÓN

Dirección / Direction / Direction  
**Cristina García Comas**

Textos / Textes / Texts  
**Beatriz Bonete Fernández**

Diseño gráfico / Graphic design  
**Pablo Hueso & AC. s.l.**

Edición / Édition / Edition 2009

ESTRATEGIAS Y MEJORES PRÁCTICAS  
PARA EL EMPODERAMIENTO DE LAS MUJERES  
EN EL ÁFRICA SUBSAHARIANA

1

documento **estratégico**

---

ESTRATÉGIES ET MEILLEURS PRATIQUES EN  
FAVEUR DE L'EMPOWERMENT DES FEMMES  
EN AFRIQUE SUBSAHARIENNE

25

document **stratégique**

---

STRATEGIES AND BEST PRACTICES  
FOR THE EMPOWERMENT OF WOMEN IN  
SUB-SAHARAN AFRICA

55

**strategic** document

*Agradecimientos/Remerciements/Acknowledgements*

**Sunita Kapila**

*President of Kenya Gatsby Trust  
(Kenya)*

**Ann Reddy**

*CEO of Aquarella Investments  
(South Africa)*

**M<sup>a</sup> Jesús Arsuaga**

*Presidenta de Fundación CEAR  
(España)*

**Lucia Quachey**

*President of Ghana Women Entrepreneurs  
(Ghana)*

**Khady Fall Ndiaye**

*Directrice du Programme de Microcrédits  
pour les Femmes Entrepeneures du Ministère  
de la Famille et des PMES  
(Sénégal)*

**Julia García Vaso**

*Presidenta de la Federación  
de Asociaciones de Mujeres Empresarias  
en la Economía Social ESFERA  
(España)*

**Marie Thiaré**

*Présidente du Groupement Féminin  
Mbogua-Yiif de Mar de Lothie  
(Sénégal)*

**Amadou Alpha Ba**

*Viceprésidente de l'Office  
du Tourisme de Sine Saloum  
(Sénégal)*

**Astrid Ruiz Thierry**

*Experta en Género y Comercio Exterior  
(España)*

<b>Presentación</b>	<b>4</b>
<b>1</b>	
<b>Introducción</b>	<b>6</b>
1.1	
El empoderamiento económico de las mujeres: factor de desarrollo	6
1.2	
El Seminario “Estrategias y mejores prácticas para el empoderamiento de las mujeres en el África Subsahariana”	8
1.3	
Objeto y características del Documento estratégico	9
<b>2</b>	
<b>Las empresarias en África Subsahariana</b>	<b>10</b>
2.1	
Algunos datos	10
2.2	
Su contribución al desarrollo	11
2.3	
Dificultades y oportunidades para el afianzamiento y sostenibilidad de las empresas	11
<b>3</b>	
<b>El contexto sociopolítico de desarrollo de los proyectos empresariales</b>	<b>15</b>
3.1	
Elementos obstaculizadores de la creación y sostenibilidad de las empresas lideradas por mujeres	15
3.2	
Elementos facilitadores de la creación y sostenibilidad de las empresas lideradas por mujeres	16
<b>4</b>	
<b>Estrategias para promover el empoderamiento económico de las mujeres</b>	<b>17</b>
4.1	
Tipos de estrategias	17
4.2	
El papel de los agentes clave	20
<b>5</b>	
<b>Bibliografía</b>	<b>23</b>

# Presentación

La Declaración de los Objetivos del Milenio se ha convertido en un documento de referencia internacional para la cooperación al desarrollo, ya que aborda líneas de intervención y actuación para erradicar la situación de pobreza y desigualdad en el mundo. Esta Declaración es el compromiso explícito de 191 países miembros de las Naciones Unidas, en torno a ocho objetivos que han de cumplirse antes del 2015.

En concreto, el objetivo número tres<sup>1</sup>, se refiere en exclusividad a la situación social de las mujeres, resaltando así la especificidad de la desigualdad social en la que se encuentran. De hecho, se ha acuñado el término de *“feminización de la pobreza”*, para hablar de la mayor vulnerabilidad de las mujeres, que son las más perjudicadas en contextos de dificultades sociales y económicas.

Por ello, desde la cooperación española se está haciendo una apuesta firme y decidida por el empoderamiento económico y social de las mujeres, como una de las líneas de actuación frente a este fenómeno, ya que, como se expresa en la Estrategia de “Género en Desarrollo” de la Agencia de Cooperación Española para el Desarrollo (AECID):

*“La pobreza de las mujeres está particularmente relacionada con la discriminación que viven en el libre acceso y ejercicio de sus derechos económicos. Esta situación repercute en su autonomía, limita sus opciones vitales y laborales y, condiciona su presencia mayoritaria bajo la línea de la pobreza”<sup>2</sup>.*

1. Objetivos de Desarrollo del Milenio de la ONU en [www.un.org/spanish/millenniumgoals/](http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/)

2. *Estrategia de “Género en Desarrollo” de la Cooperación Española*, Nava San Miguel Abad (elaboración y coordinación), Ministerio de Asuntos Exteriores y Secretaría de Estado de Cooperación Internacional, 2007.

La celebración de este seminario, es una muestra más de que el apoyo por parte de la Secretaría de Estado de la Cooperación Internacional, no es sólo una declaración de intenciones, sino una práctica real del desarrollo de políticas en defensa de la igualdad de oportunidades y derechos entre mujeres y hombres en los países en vías de desarrollo.

Desde Fundación Mujeres nos unimos con la iniciativa del **Seminario de Estrategias y mejores prácticas para el empoderamiento de las mujeres en el África Subsahariana** a este compromiso, desde la firme convicción de que la situación social que viven las mujeres en los países menos desarrollados tiene vías de solución que pasan por la puesta en marcha de estrategias que reconozcan y visibilicen a las mujeres como agentes económicos y de desarrollo.

Por ello, este seminario se ha planteado con el objetivo de perfilar estrategias y propuestas encaminadas al empoderamiento de las mujeres del África Subsahariana, teniendo en cuenta las directrices enunciadas desde la cooperación al desarrollo, pero también incluyendo otros agentes claves como empresas o asociaciones de empresarias, que aporten recursos y servicios necesarios para la promoción de la actividad económica de mujeres, a partir de la perspectiva y las experiencias de las propias empresarias y emprendedoras.



# 1. INTRODUCCIÓN

## 1.1. El empoderamiento económico de las mujeres: factor de desarrollo

Es una realidad contrastada el papel que juegan las mujeres en los países menos desarrollados para el sostenimiento de las economías domésticas. Las mujeres se convierten en artífices de la subsistencia de la familia, de manera que son ellas las que, en la mayor parte de los casos, se encargan de procurar regularmente la cobertura de las primeras necesidades. Para ello, ponen en marcha actividades “empresariales” fundamentalmente relacionadas con la elaboración básica de productos del territorio y su comercialización.

No obstante, estas “empresas” se sitúan mayoritariamente en el ámbito “informal”. Esto significa que, en muchos casos, son actividades “espontáneas” no constituidas dentro del marco legal, pero cuya actividad regular les permite acceder al alimento diario.

En otras ocasiones, se trata de actividades que, bien estén formalizadas o no, o con una producción destinada a una mayor comercialización -más allá de la subsistencia-, tienen muy limitado el acceso a la distribución y comercialización de los productos.

Sin embargo, el indudable papel que juegan las mujeres en las economías menos desarrolladas para la subsistencia de la población no suele ser visible ni reconocido. Esta invisibilización repercute inmediatamente en el propio acceso a los recursos necesarios para facilitar el desarrollo de sus actividades empresariales, lo que tiene consecuencias sobre sus posibilidades de crecimiento y sostenibilidad.

Aún así, las mujeres, conscientes de su papel, desarrollan estrategias entre ellas, en planos informales, para dotarse de los recursos, herramientas y vías de acceso a espacios que les permitan continuar con sus actividades empresariales.

El reconocimiento de las mujeres como agentes de desarrollo es fundamental para propiciar el crecimiento y desarrollo de sus comunidades. Las mujeres, desde el papel social y económico que desempeñan para sacar adelante sus economías domésticas, se convierten en verdaderos agentes económicos del territorio y, como tal, han de ser consideradas clave en el marco del diseño y desarrollo de las estrategias políticas de desarrollo.

Su papel como agentes económicos les hace conocedoras de las dificultades, necesidades y oportunidades de su entorno, así como de las que se derivan del sostenimiento de sus empresas. Este conocimiento es esencial para la definición de las políticas de desarrollo de los territorios, y, por su participación en la economía, para la orientación de esas políticas a la cobertura de sus necesidades de crecimiento y sostenibilidad.



De esta manera, para reforzar la posición empresarial de las mujeres es fundamental su participación en los espacios de definición y negociación de las estrategias de promoción de los territorios y/o de las actividades económicas, así como facilitarles el acceso a los recursos necesarios.

El empoderamiento económico de las mujeres pasa, por tanto, por su participación en estos contextos, por el fortalecimiento de sus empresas, y por la garantía del crecimiento y sostenibilidad de las mismas. Supone reconocer su papel y valor social y económico en el desarrollo territorial y procurar el acceso y control de los recursos necesarios para continuar realizando su labor de cambio.

Así, el empoderamiento económico de las mujeres, se sustenta sobre tres pilares fundamentales el fortalecimiento personal, empresarial y político.

**Personal**, en tanto han de convertirse en dueñas de sus propios negocios. Son ellas las que han de tomar las decisiones de su gestión, reconocer y defender la propiedad de su negocio y profesionalizarse de manera que puedan llevar a buen término sus proyectos empresariales.

**Empresarial** porque han de conducir sus actividades empresariales con objetivos de crecimiento y sostenibilidad, superando, por tanto, los objetivos de subsistencia.

**Político** en tanto han de ocupar los espacios de participación y toma de decisiones en el ámbito del tejido empresarial del territorio.



Es desde este planteamiento desde el que se ha desarrollado el Seminario “Estrategias y mejores prácticas para el empoderamiento de las mujeres en el África Subsahariana”, cuyas conclusiones han servido de base para la elaboración de este documento.

## **1.2. El Seminario “Estrategias y mejores prácticas para el empoderamiento de las mujeres en el África Subsahariana”**

El Seminario nace del interés por identificar y articular las estrategias y recursos necesarios para posibilitar el empoderamiento económico de las mujeres, teniendo como referencia y punto de partida los objetivos y líneas de intervención definidas en el contexto de los objetivos y líneas directrices, entre otras, de las políticas de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres y las políticas de cooperación y desarrollo.

Se trataba de crear un espacio de reflexión e intercambio de experiencias y conocimiento entre aquellas organizaciones directamente relacionadas con la promoción y desarrollo del empoderamiento económico de las mujeres del África Subsahariana y España, con la intención de analizar las sinergias que pueden generarse entre ambos territorios para apoyar y reforzar las estrategias y actuaciones que se desarrollan para promover la creación y consolidación de empresas lideradas por mujeres.

El Seminario, así mismo, se plantea como una primera iniciativa con intención de continuidad, dirigida a impulsar proyectos de cooperación y de inversión que integren como línea de acción estratégica el empoderamiento de las mujeres en el ámbito económico.

Uno de los pilares de esta iniciativa es identificar las necesidades y oportunidades que la cooperación entre países tiene para el fortalecimiento de la posición de las empresarias en la actividad empresarial en África y en España y, especialmente, las posibilidades que se pueden generar a nivel comercial promoviendo la apertura de mercado a través de la creación de redes de cooperación entre empresarias de los dos continentes.

De este modo, el Seminario que tiene lugar en Las Palmas de Gran Canaria, los días 13 y 14 de octubre, se organiza con un doble objetivo:

- a) Conocer las estrategias que pueden poner en marcha tanto instituciones como ONG´s y empresas privadas en el empoderamiento económico de las mujeres africanas en cuanto al fortalecimiento y la consolidación de sus proyectos empresariales.
- b) Reflexionar e identificar, a partir de la exposición de las realidades y experiencias de empresarias y emprendedoras, cuáles son sus principales necesidades, intereses y demandas.

En el Seminario participa un grupo reducido de organizaciones de mujeres, organizaciones empresariales y empresarias de ambos territorios para facilitar la reflexión y definición de las estrategias que son necesarias abordar para promover el empoderamiento económico de las mujeres.

El resultado del Seminario es la elaboración de este documento estratégico que recoge y estructura las conclusiones poniendo el énfasis en las estrategias y recursos necesarios que han de articularse para promover el reconocimiento de las mujeres como agentes de cambio y desarrollo, el fortalecimiento de sus empresas y su posicionamiento como empresarias en el territorio.

El encuentro fue subvencionado por la Secretaría de Estado para la Cooperación Internacional, (en el marco de la convocatoria de subvenciones para la celebración de congresos, seminarios y jornadas relacionadas con la cooperación al desarrollo de 2008) y realizado con la colaboración de Casa de África.

### **1.3. Objeto y características del Documento estratégico**

Este documento se elabora con objeto de realizar una aproximación cualitativa de la situación de las empresarias en África Subsahariana y recoger los aspectos clave que han de ser considerados para desarrollar actuaciones y líneas de intervención que aseguren el fortalecimiento, crecimiento y sostenibilidad de las empresarias africanas

Su contenido responde a la necesidad de contar con una herramienta que sirva de referencia para proponer, articular y desarrollar líneas de trabajo, proyectos de cooperación y/o intervenciones en los territorios que promuevan el empoderamiento económico de las mujeres desde una visión integral. Esto es, teniendo en cuenta las circunstancias del contexto político, económico y social, así como las necesidades, intereses y situaciones personales de las mujeres.

Se plantea, en consecuencia, un documento que proporciona información sobre las propias mujeres y sobre el entorno en el que desarrollan sus actividades empresariales, con el objetivo de proponer estrategias de intervención a partir del diagnóstico sobre estas dos dimensiones.

La información que recoge el documento es fruto de las reflexiones y conclusiones derivadas de agentes clave, especializadas, y que conocen *in situ* las necesidades de las empresarias, la incidencia que tiene el contexto en que desarrollan sus actividades empresariales para su sostenibilidad y que, desde este conocimiento, proponen la necesidad del empoderamiento económico de las mujeres como vía del desarrollo de los territorios.

Se configura, por tanto, como documento estratégico, en el sentido de herramienta instrumental que sirva de base para la definición de intervenciones futuras a aquellos organismos, entidades y organizaciones cuyas actividades están relacionadas con el fortalecimiento empresarial, la promoción y consolidación de empresarias y la cooperación comercial.

El valor del documento se halla en la identificación de las claves fundamentales que deben abordarse para promover el empoderamiento económico de las mujeres, así como la reflexión sobre el papel que juegan las mujeres en el desarrollo territorial y la necesidad, en consecuencia, de abordar dicho desarrollo considerando a las mujeres como agente clave, lo que necesariamente requiere de programas integrales que promuevan el empoderamiento económico de las mujeres.

## 2. LAS EMPRESAS EN ÁFRICA SUBSAHARIANA

### 2.1. Algunos datos

Según el informe presentado por UNIFEM y Women's Founding Network, para el Día Mundial contra la Pobreza en 2007<sup>3</sup>:

- *De cada 10 personas que pasan hambre diariamente en el mundo, 7 son mujeres y niñas.*
- *Las mujeres realizan más de dos tercios del trabajo no remunerado, es decir, el equivalente a 11 billones de dólares (7 billones de euros), pero sólo reciben el 10% de los ingresos y poseen el 1% de los medios de producción.*
- *En África Subsahariana, las mujeres aportan el 70% del trabajo agrícola, producen más del 90% de los alimentos, y sin embargo, no tienen ninguna representación en las deliberaciones presupuestarias (según señalaba el Foro Económico Mundial en 2005).*
- *La desigualdad de género en la educación y el empleo en el África Subsahariana ha reducido el crecimiento per capita en un 0,8% anual, según los últimos cálculos de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.*

Estos datos reflejan la difícil situación de pobreza y vulnerabilidad social en la que se hallan las mujeres en los países menos desarrollados. La principal causa de esta vulnerabilidad reside en la falta de reconocimiento del papel que representan las mujeres como agentes de desarrollo económico y social.

La contribución de las mujeres al crecimiento económico y social, queda, por tanto, excluida de las estadísticas oficiales, que invisibilizan este papel activo de las mujeres en la economía de los países, no sólo en relación al trabajo que realizan como principales responsables del trabajo doméstico, y los cuidados familiares, sino también desde el papel cada vez más creciente que desempeñan como empresarias y emprendedoras, como se expresa en el informe de la Organización de las Naciones Unidas para el desarrollo Industrial<sup>4</sup>:

*"En el sector de la microempresa y la pequeña empresa, las mujeres representan a nivel mundial de la cuarta a la tercera parte de la población empresarial total".*

De esta forma, las mujeres están posicionándose en el sistema económico a través de una actividad empresarial que surge, en un primer momento, como una forma de subsistencia familiar, pero que puede proyectarse como una actividad empresarial que se consolide y amplíe sus perspectivas en las relaciones comerciales más allá de las que puedan establecer en el propio territorio.

3. "Investing in Women-Solving the Poverty Puzzle". UNIFEM, 2007.

4. "Una vía para salir de la pobreza. Desarrollo de la capacidad empresarial de la población rural y de las mujeres", Organización de las Naciones Unidas para el desarrollo Industrial, Viena 2003.

## 2.2. Su contribución al desarrollo

*“La igualdad entre los géneros es un derecho humano y es esencial para la consecución de los objetivos de desarrollo del Milenio. Se trata de un requisito indispensable para superar el hambre, la pobreza y las enfermedades. Igualdad entre los géneros implica igualdad en todos los niveles de la educación y en todos los ámbitos de trabajo, el control equitativo de los recursos y una representación igual en la vida pública y política”<sup>5</sup>.*

En torno a lo expresado dentro del tercer Objetivo del Milenio, que plantea promover la igualdad entre los sexos y el empoderamiento de la mujer, se constata la importancia del reconocimiento de la contribución que las mujeres hacen para el desarrollo en el contexto económico y social de los territorios. Esta contribución se basa, como hemos explicado en el apartado anterior, en la realización de dos tipos de trabajo por parte de las mujeres:

El **trabajo reproductivo**: de cuidado y protección de necesidades básicas relativas a la salud, alimentación y educación, lo que supone una garantía de cobertura social básica de los núcleos familiares.

El **trabajo productivo**: de actividades económicas y empresariales desarrolladas por mujeres del que resultan:

1. *Un incremento de la calidad de vida*: las mujeres invierten lo que obtienen a partir de sus actividades comerciales en el bienestar y la economía de sus familias.
2. *La configuración de grupos de mujeres*: pequeñas redes de cooperación comercial, en el propio territorio con más capacidad de posicionarse en el mercado y acceder a recursos que a título individual, y que también actúan como redes de cooperación y apoyo en las responsabilidades familiares y domésticas.

El reconocimiento a la contribución que las mujeres realizan con el trabajo reproductivo, tanto para las economías domésticas como para el desarrollo del territorio en general, y el impulso al empoderamiento económico de las mujeres, apoyando la creación de sus propias empresas, son elementos claves para la transformación social y económica de los países menos desarrollados.

## 2.3. Dificultades y oportunidades para el afianzamiento y sostenibilidad de las empresas

La información de este apartado se ha obtenido a partir del análisis de la realidad del propio contexto y experiencia práctica de las empresarias, mediante el que han identificado tanto las dificultades como las oportunidades que encuentran en la puesta en marcha y en la consolidación de sus actividades empresariales y comerciales.

5. [www.un.org/spanish/millenniumgoals/](http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/)

### 2.3.1. Dificultades

#### a) Disponibilidad de tiempo:

Las mujeres siguen asumiendo la principal responsabilidad del cuidado y mantenimiento del hogar y la familia, lo que dificulta que puedan invertir tiempo no sólo para la puesta en marcha de un proyecto empresarial sino para el planteamiento de su sostenibilidad a largo plazo.

La falta de tiempo limita a las empresarias para acceder a información sobre recursos que impulsen y apoyen tanto a las empresas a través de financiación, como a las propias empresarias en formación y asesoramiento para llevarlas a cabo y fortalecer la actividad comercial.

#### b) Financiación:

Las mujeres se encuentran con impedimentos derivados de la permanencia de los estereotipos sociales, que se traducen en una doble resistencia:

- *Por parte de los hombres:* a compartir el control y la toma de decisiones sobre el dinero y los gastos en el hogar, lo que obstaculiza que las mujeres puedan disponer de capital propio para desarrollar sus propias actividades económicas y comerciales.
- *Por parte de empresas y entidades financieras* que no consideran los proyectos empresariales de mujeres como potenciales objetivos de inversión.

#### c) Debilidad del sistema de comunicación e infraestructuras:

En relación a los siguientes elementos:

- *Desplazamientos y comercialización:*

Las empresarias y emprendedoras, a la hora de consolidar sus empresas, encuentran problemas derivados del desarrollo de las comunicaciones en sus territorios, sobre todo, al tratarse de zonas rurales, de difícil acceso. Las actividades comerciales de las mujeres se reducen, por tanto, al entorno inmediato por las dificultades y la inversión de tiempo que les supone los desplazamientos y el transporte de las mercancías.

- *Nuevas tecnologías:*

Existe un enorme déficit en el desarrollo a las nuevas tecnologías de información y comunicación. Esto sitúa a las mujeres en una posición de desventaja respecto al acceso a información sobre recursos y servicios, y dificulta el que puedan ampliar su ámbito de comercialización de productos, más allá del propio territorio.

También limita la cooperación comercial entre empresarias y la configuración de agrupaciones, ya que les impide establecer una continuidad en las comunicaciones que favorezca el intercambio y el trabajo conjunto.

#### **d) Complejidad de la normativa:**

Las principales dificultades con las que se encuentran las mujeres en relación con la normativa son:

- *El excesivo número de leyes existentes que dificultan el proceso de constitución legal de las empresas en buena parte de los países.*

Las mujeres están menos familiarizadas con los procedimientos legales, además de no disponer del tiempo y la información necesarios para agilizar tanto los procedimientos como la excesiva burocracia que llevan aparejados.

Esta complejidad de los procesos burocráticos, y el alargamiento en el tiempo de las gestiones, propicia que, en muchas ocasiones, se produzcan prácticas ilícitas ante las que las mujeres se encuentran en una posición de mayor vulnerabilidad por su situación de “informalidad” en el mercado.

- *Normativa discriminatoria con las mujeres en algunos países.*

Existen leyes que prohíben que las mujeres puedan ser propietarias de tierras, o leyes que impiden que sean las beneficiarias de herencias. Esto supone una discriminación directa del marco legislativo que dificulta que puedan disponer de una primera inversión de capital propio o de propiedades para el establecimiento de sus empresas.

### **2.3.2. Oportunidades**

#### **a) Iniciativas emprendedoras de las mujeres:**

Las mujeres desarrollan actividades de carácter comercial, como una forma de responder a la situación económica familiar y personal en la que se encuentran. De esta forma, asumen el rol de emprendedoras que apuestan por iniciativas empresariales propias, aunque mayoritariamente desarrollan su actividad en flujos informales de comercialización, debido a las barreras sociales y económicas que encuentran.

#### **b) La existencia de grupos y asociaciones de mujeres:**

Las mujeres son conscientes de que necesitan asociarse para trabajar de forma conjunta y establecer redes de cooperación y apoyo para el intercambio económico y comercial de sus actividades productivas y reproductivas. La constitución de redes supone una base sólida a la hora de constituir asociaciones que tengan una mayor capacidad de acción y representación. De esta forma pueden posicionarse tanto en el ámbito político como en el económico-empresarial, para el establecimiento de relaciones comerciales que puedan integrarlas en el mercado “formal” y posibilitarles el establecimiento de relaciones comerciales de mayor alcance.

#### **c) Recursos del entorno:**

La actividad productiva y comercial que desarrollan las mujeres se basa, principalmente, en el aprovechamiento de los recursos y materias primas que se encuentran en el propio territorio. Su utilización y transformación

constituyen uno de los principales ejes del desarrollo territorial. Los beneficios obtenidos a partir de su comercialización revierten en la revitalización y el desarrollo económico del entorno y pueden facilitar el que pequeñas empresas puedan sostenerse en el tiempo y plantear un mayor desarrollo comercial, superando el nivel territorial.

**d) Administración y gestión adecuada de financiación para las empresas:**

Las mujeres han demostrado tener un alto grado de responsabilidad y compromiso en el cumplimiento de plazos de devolución de la financiación concedida por las entidades que han apoyado sus proyectos. Por esta razón, tanto para la cooperación al desarrollo como para otras entidades, las mujeres son las principales beneficiarias de programas de financiación como los microcréditos.



### **3. EL CONTEXTO SOCIOPOLÍTICO DE DESARROLLO DE LOS PROYECTOS EMPRESARIALES**

Cualquier planteamiento de estrategia o vía de acción para poner en marcha proyectos empresariales de mujeres, tiene que tener en cuenta las circunstancias sociales y económicas estructurales que van a facilitar o dificultar los procesos de empoderamiento. Por ello, es necesario identificar estos elementos como el paso previo para la creación y sostenibilidad de empresas lideradas por mujeres.

#### **3.1. Elementos obstaculizadores:**

##### **a) Falta de reconocimiento de las mujeres como agentes de desarrollo:**

La principal consecuencia del no reconocimiento del papel activo de las mujeres en la economía es la ausencia de políticas de intervención específicas para la promoción de sus propias actividades empresariales. Estas políticas tienen que ir acompañadas además de partidas presupuestarias para la implantación de forma efectiva de las políticas sobre todo en el nivel local, donde las mujeres tienen un papel fundamental para el crecimiento de los territorios.

##### **b) El fenómeno de la globalización:**

La globalización es un proceso a escala mundial que también tiene consecuencias para el empoderamiento de las mujeres africanas en el ámbito económico. Las mujeres se mueven en el ámbito doméstico y desarrollan actividades empresariales sin salir del propio territorio lo que tiene una doble consecuencia:

- No participan del flujo de información continua y cambiante sobre el estado del mercado, la existencia de recursos o entidades que puedan apoyar sus proyectos o el conocimiento de otras iniciativas que puedan servirles de referentes.
- Siguen estando en desventaja a la hora de adaptarse a las necesidades del mercado y la actualización de los sistemas de comunicación y comercialización, lo que las dificulta poder acceder a mercados de mayor alcance.

##### **c) Existencia de conflictos políticos:**

El contexto político de las épocas de conflicto y post-conflicto provoca la ruptura de las redes comerciales impidiendo el desarrollo normalizado de la actividad económica y productiva del territorio. La actividad económica de las mujeres es la que más se ve afectada por la existencia de estos conflictos, sobre todo entre grupos étnicos, ya que el establecimiento de relaciones comerciales se centran en el entorno inmediato a través de círculos informales.

##### **d) Falta de inversión en infraestructuras y nuevas tecnologías:**

Existe una necesidad real de mejora de las comunicaciones tanto en el entorno más inmediato como hacia los núcleos y ciudades, en los que se concentra la mayor parte de la actividad industrial y empresarial, tanto a nivel nacional como internacional.

Esto tiene consecuencias para el transporte y comercialización de los productos, para el establecimiento de relaciones comerciales con otras empresas del territorio o de fuera de él, y también para el conocimiento y el acceso a entidades que puedan aportar financiación a los proyectos empresariales.

**e) Obstáculos de carácter normativo:**

La complejidad de los procesos burocráticos dificulta tanto la constitución formal de las empresas de mujeres o asociaciones de empresarias, como el acceso a recursos para la financiación, formación y capacitación empresarial y profesional. Todo ello se traduce en impedimentos para la formalización de sus empresas y la integración de las mismas en los cauces legales económicos y comerciales.

### **3.2. Elementos facilitadores de la creación y sostenibilidad de las empresas lideradas por mujeres**

**a) Políticas derivadas de la globalización:**

La intercomunicación a partir de la globalización de la información ofrece muchas posibilidades de toma de contacto con entidades que puedan financiar los proyectos empresariales (mediante la cooperación al desarrollo o empresas privadas), y de conocimiento de experiencias de empresarias de otros países que puedan servir como referentes. Esto puede traducirse incluso, en la creación de redes de intercambio de prácticas empresariales y/o de cooperación comercial.

**b) Aprovechamiento de recursos y materias primas del territorio:**

Las mujeres africanas cuentan con un entorno rico en materias primas que pueden aprovechar como base para poner en marcha negocios basados en el sector agrícola, de alimentación o manufacturas. A partir del aprovechamiento de las materias primas y todos aquellos productos propios, pueden plantearse la elaboración de otros productos que amplíen sus oportunidades de mercado, comercializándolos y contribuyendo de esta forma al desarrollo económico del territorio.

**c) La cooperación al desarrollo:**

La cooperación al desarrollo está realizando programas de financiación a empresas de mujeres, que pueden convertirse en proyectos económicos sostenibles. El seguimiento que las organizaciones hacen de los proyectos también es un ejercicio que avala el que estas empresas puedan ser beneficiarias de una mayor inversión por parte de iniciativas de empresas privadas.

Las organizaciones sociales también están teniendo un papel fundamental en el apoyo a la constitución de asociaciones y redes de mujeres empresarias y emprendedoras y, también, en el establecimiento de relaciones de cooperación sur- sur, para el intercambio de experiencias de proyectos en otros países con características y condiciones sociales similares.

**d) Estrategias de género en las políticas:**

La existencia de estrategias que apliquen la perspectiva de género en las políticas, tanto desde el punto de vista político de los propios gobiernos, como desde la cooperación internacional al desarrollo, es un reconocimiento institucional y un compromiso de intervención que facilita el reconocimiento y promoción de las mujeres como agentes de desarrollo.

## 4. ESTRATEGIAS PARA PROMOVER EL EMPODERAMIENTO ECONÓMICO DE LAS MUJERES

De la aproximación que hemos presentado tanto de las dificultades que se encuentran las mujeres empresarias y emprendedoras, como de aquellos elementos que facilitan la creación y consolidación de sus empresas, se desprenden las siguientes estrategias.

### 4.1. Tipos de estrategias:

#### a) Reconocimiento social de las mujeres como agentes de desarrollo económico:

El primer paso que hay que dar para poder formular políticas de apoyo a la actividad empresarial y comercial de las mujeres es reconocer la aportación que las mujeres hacen al desarrollo de un territorio desde la economía productiva y desde la economía doméstica y familiar, de las que siguen siendo las principales responsables.

Para ello, las estrategias de visibilización que se formulen han de ir acompañadas de programas integrales de actuación y partidas presupuestarias específicas que apoyen de manera efectiva el empoderamiento económico de las mujeres.

Las líneas de las políticas a desarrollar tendrían que girar en torno a las siguientes estrategias:

- *Garantía del cumplimiento de la obligatoriedad de la escolarización de las niñas:*

La educación es la base del proceso de empoderamiento social y económico de las mujeres, por lo que deben desarrollarse estrategias políticas de cobertura social y de garantía e impulso de la educación de las niñas.

- *Integración de mujeres en los puestos de responsabilidad y toma de decisiones políticas:*

Garantizar el principio democrático de representatividad política supone incentivar la presencia de mujeres en organismos de gobierno con capacidad efectiva y real de influir en las decisiones de alto nivel político y económico.

Es necesario apoyar liderazgos fuertes de mujeres que transformen, desde el poder político, la actual situación de las mujeres, visibilizando su contribución al crecimiento económico, lo que supone el reconocimiento también de sus derechos respecto al acceso y control, en condiciones de igualdad con los hombres, a recursos de desarrollo.

- *Transversalización de los temas de género en todas las áreas políticas:*

En la mayoría de las ocasiones, es el Ministerio de Asuntos Sociales o los organismos creados específicamente, los que ponen en marcha las políticas de género. Esto puede suponer un primer impulso de estas políticas, pero es necesario que se transversalicen y se consideren también desde organismos ministeriales especialmente relacionados con la economía, el comercio y la industria.

La visión de las mujeres como agentes económicos tiene que potenciarse desde estas áreas, apoyando su promoción como empresarias e invirtiendo en políticas que fomenten su presencia y visibilidad más allá de su rol tradicional que las vincula con asuntos sociales y familiares.

- *Visibilidad en las estadísticas oficiales de la actividad económica no reconocida de las mujeres:*

En las estadísticas oficiales se han de incorporar datos económicos desagregados por sexo, de forma que se visibilice la actividad económica de las mujeres, en términos de su contribución al desarrollo tanto en el ámbito del trabajo productivo como en el reproductivo.

- *Integración y promoción de las mujeres en sectores tradicionalmente considerados masculinos:*

Desde las instituciones públicas se debe potenciar la presencia de las mujeres en sectores en los que no han participado o son minoría, como consecuencia de la influencia de estereotipos y roles de género tradicionales.

El objetivo es que se integren en sectores como la construcción, talleres mecánicos o la industria textil, ampliando, de este modo, su abanico de oportunidades empresariales y de mercado.

## **b) Inversión en infraestructuras:**

Es necesaria la inversión en infraestructuras para facilitar las vías de comunicación entre los territorios y propiciar, de este modo, la comercialización de productos y los desplazamientos, sobre todo en las áreas rurales y de difícil acceso.

También es necesario incorporar las nuevas tecnologías como herramientas que:

- Potencian la comunicación con asociaciones de empresarias del ámbito nacional o internacional para el intercambio de experiencias y la apertura de canales de cooperación comercial.
- Facilitan el acceso a información sobre recursos y entidades que puedan tener un papel clave como financiadoras de proyectos empresariales.
- Integran a las mujeres en la sociedad de la información, adaptándolas a los sistemas comunicacionales y tecnológicos que benefician tanto la comercialización de sus productos como la calidad y la innovación en los mismos.

### **c) Cambios en la normativa existente:**

En relación a la normativa, como vimos anteriormente, las estrategias para superar los obstáculos existentes pueden llevarse a cabo mediante las siguientes actuaciones:

- Revisar las leyes de herencia, propiedad y compra de tierras que discriminan a las mujeres y a su estatus de ciudadanas de pleno derecho. En este sentido, las instituciones políticas tienen que ser referentes sociales de transformación y cambio con respecto a las leyes que no reconozcan la igualdad de derechos y oportunidades entre mujeres y hombres.
- Facilitar el acceso de las mujeres a los procesos legales necesarios para la constitución de las empresas y a la información necesaria para gestionarlos adecuadamente.
- Simplificar el número de leyes y la excesiva burocracia que complejiza y alarga los procedimientos legales para que las mujeres constituyan sus empresas o asociaciones de las propias empresarias.

### **d) Fortalecimiento empresarial:**

Las propuestas de estrategias concretas que pueden desarrollarse para reforzar los proyectos empresariales de mujeres son:

#### ***1. Programas de alfabetización, formación y capacitación:***

Ser empresaria conlleva un proceso de aprendizaje que necesita un método sistemático e integral de formación que incluya los siguientes elementos:

- ***Alfabetización:*** referida a la educación primaria básica, pero también para que mujeres que han asistido a la escuela, pero no han continuado estudiando, puedan volver a familiarizarse con actividades prácticas de lectura y escritura.
- ***Formación financiera:*** acerca de qué significa realmente poner en marcha una empresa, y conocer los mecanismos por los que trabajar por la sostenibilidad y la rentabilidad del propio proyecto.
- ***Formación sobre el marco legislativo y los recursos institucionales:*** conocimiento de los procedimientos burocráticos e institucionales existentes para acceder a financiación, créditos, ayudas y subvenciones, así como del marco legal relacionado con la actividad empresarial.
- ***Formación empresarial:*** manejo del lenguaje económico de forma que las mujeres puedan avanzar del comercio a nivel informal y dentro del contexto inmediato a la integración en flujos comerciales formales y de gran escala.

- *Formación relacionada con el producto a comercializar:* saber analizar los movimientos del mercado, para posicionar los productos o estimular la creatividad a la hora de poner en marcha iniciativas originales que responda a una diferenciación productiva.
- *Formación en nuevas tecnologías:* para aumentar la calidad y competitividad de los productos, mejorando su presentación y las vías de comunicación y difusión de su actividad empresarial.

## **2. Fomento de la articulación de grupos y redes de empresarias:**

La necesidad de contar con asociaciones de empresarias que conformen redes a nivel nacional e internacional o que incluso puedan establecer relaciones de cooperación comercial o conformar cooperativas, responde a dos ideas claves:

- Las redes fomentan las relaciones, el intercambio de experiencias y proyectos y potencian el trabajo conjunto, pero además, suponen la oportunidad de ofrecer modelos, referentes sociales de proyectos empresariales que pueden guiar y animar la puesta en marcha de otros muchos.
- Las asociaciones de empresarias pueden dirigirse a la difusión y el entrenamiento de otras nuevas empresarias a partir de la enseñanza de estrategias y métodos empresariales, así como actuar como mentoras y asesoras del proceso de ser empresarias y emprendedoras.

Esto supone un modelo de referencia que contribuye a la concienciación e impulso de las mujeres a la hora de emprender su propio proyecto empresarial y también para su autonomía y crecimiento personal y profesional.

Al mismo tiempo, la articulación de redes, puede traducirse en la constitución de asociaciones de empresarias que actúen como grupos de presión y que tengan presencia y capacidad de influencia real y efectiva en los espacios de tomas de decisiones políticas y comerciales.

## **4.2. El papel de los agentes claves:**

Los agentes claves que pueden desarrollar estrategias para impulsar el empoderamiento económico de las mujeres dependiendo del grado de responsabilidad y capacidad de intervención que puedan tener son los siguientes:

### **a) Instituciones políticas. Nivel local, regional, nacional y supranacional:**

Los gobiernos pueden desarrollar estrategias desde el plano político e institucional para promover el empoderamiento económico de las mujeres, en base al reconocimiento de la contribución que hacen al fortalecimiento social y económico del país.

También pueden llevar a cabo estrategias a nivel microsocioal, con la incorporación del principio de empoderamiento en programas concretos de intervención que se apliquen a nivel nacional, regional y local, y que además cuenten con mecanismos que garanticen el cumplimiento real y efectivo de los objetivos planteados.

### **b) Organizaciones y organismos de la cooperación al desarrollo:**

La cooperación al desarrollo ha impulsado el empoderamiento económico de las mujeres fundamentalmente, a través de proyectos, entre los que destacan, los programas de financiación de microcréditos para la creación de empresas por parte de mujeres.

A la hora de abordar la cooperación al desarrollo es necesario partir de un enfoque de impulso a las potencialidades y posibilidades reales de las propias mujeres como empresarias y emprendedoras para que los proyectos tengan una formulación adecuada a las características tanto de las mujeres como del contexto social y económico en el que vayan a aplicarse.

Siguiendo estas líneas generales, la cooperación al desarrollo debe fortalecer las siguientes estrategias:

- Diseñar programas integrales que contemplen tanto la financiación de empresas de mujeres como la formación y la capacitación necesarias para gestionarlas y que planteen no sólo la creación de empresas, sino objetivos a largo plazo de fortalecimiento y consolidación de las actividades empresariales.
- Facilitar el intercambio entre organizaciones sociales para compartir visiones y experiencias sobre proyectos para el empoderamiento económico de mujeres.
- Fomentar la constitución de asociaciones de empresarias y emprendedoras en los territorios, incentivando también el contacto con otras asociaciones de otros territorios o a nivel internacional.
- Realizar el seguimiento y la evaluación de proyectos de creación de empresas de mujeres de forma que pueda presentarse como un aval para la solicitud por parte de las empresarias de financiación por parte de empresas privadas.

### **c) Empresas privadas. Del territorio o extranjeras**

La cooperación al desarrollo puede complementarse con la labor de otros agentes, como las empresas, para impulsar el empoderamiento económico de las mujeres. Las estrategias que se promuevan desde el sector privado pueden ir enfocadas en torno a dos vías:

### *1. La propia actividad empresarial:*

- Inversión en empresas de mujeres creadas a partir de proyectos de cooperación de forma que se contribuya a su fortalecimiento y sostenibilidad.
- Apoyo a la comercialización de los productos: potenciando la apertura a vías comerciales más allá del comercio interior.
- Integración de empresas de mujeres como proveedoras de empresas: incentivando de esta forma la cooperación comercial y la integración de estas empresas en los flujos comerciales formales.

### *2. La responsabilidad social corporativa:*

- Apoyo a la formación y capacitación de empresarias y emprendedoras: a través de financiación o facilitando el acceso a recursos propios de las empresas privadas para la formación en gestión empresarial y en comercialización y venta de los productos.
- Fortalecimiento de las asociaciones de empresarias facilitando el intercambio de experiencias y el mutuo conocimiento de las actividades comerciales que desarrollan con vistas al establecimiento de redes de cooperación comercial.



## 5. BIBLIOGRAFÍA

Nava San Miguel Abad (elaboración y coordinación), *Estrategia de “Género en Desarrollo” de la Cooperación Española*, Ministerio de Asuntos Exteriores y Secretaría de Estado de Cooperación Internacional, 2007.

*“Investing in Women-Solving the Poverty Puzzle”*. UNIFEM, 2007.

*“Una vía para salir de la pobreza. Desarrollo de la capacidad empresarial de la población rural y de las mujeres”*, Organización de las Naciones Unidas para el desarrollo Industrial, Viena 2003

Gideon Maas, Mike Herrington, *Global Entrepreneurship Monitor (GEM). South African Report 2007*. UCT Centre for Innovation and Entrepreneurship (CIE), en <http://www.gsb.uct.ac.za/cie/>

*“Empowerment of Women Throughout the Life Cycle as a Transformative Strategy for Poverty Eradication”* United Nations Division for the Advancement of Women (DAW), 2001, en <http://www.un.org/womenwatch/daw/>

### **Páginas web de interés:**

<http://www.un.org/millenniumgoals/>

<http://www.unifem.org/>

<http://www.mujeresporunmundomejor.org/>

<http://www.un-instraw.org/>

<http://www.awid.org/>

<http://leadingwomenofafrica.com/>

<http://www.afdb.org/>



ESTRATEGIAS Y MEJORES PRÁCTICAS  
PARA EL EMPODERAMIENTO DE LAS MUJERES  
EN EL ÁFRICA SUBSAHARIANA

1

documento **estratégico**

---

ESTRATÉGIES ET MEILLEURS PRATIQUES EN  
FAVEUR DE L'EMPOWERMENT DES FEMMES  
EN AFRIQUE SUBSAHARIENNE

25

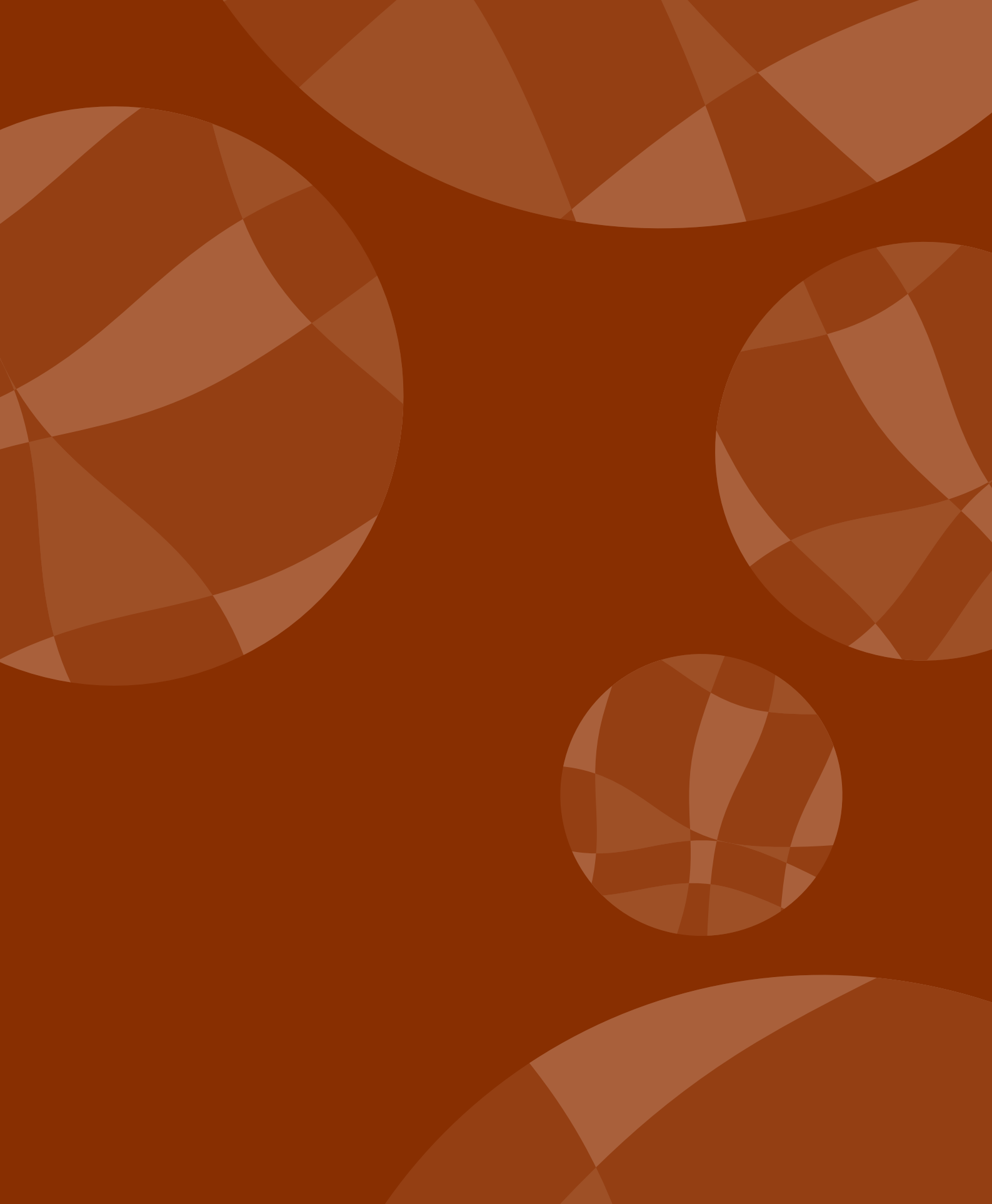
document **stratégique**

---

STRATEGIES AND BEST PRACTICES  
FOR THE EMPOWERMENT OF WOMEN IN  
SUB-SAHARAN AFRICA

49

**strategic** document



<b>Présentation</b>	<b>28</b>
<b>1</b>	
<b>Introduction</b>	<b>30</b>
1.1	
L'empowerment économique des femmes: facteur de développement	30
1.2	
Le Séminaire "Stratégies et meilleures pratiques en faveur de l'empowerment des femmes en Afrique Subsaharienne"	32
1.3	
Objet et caractéristiques du Document stratégique	33
<b>2</b>	
<b>Les femmes chefs d'entreprise en Afrique Subsaharienne</b>	<b>34</b>
2.1	
Quelques chiffres	34
2.2	
Leur contribution au développement	35
2.3	
Difficultés et opportunités de consolidation et de durabilité des entreprises	35
<b>3</b>	
<b>Le contexte sociopolitique de développement des projets entrepreneuriaux</b>	<b>39</b>
3.1	
Éléments qui entravent la création et la durabilité des entreprises dirigées par des femmes	39
3.2	
Éléments qui favorisent la création et la durabilité des entreprises dirigées par des femmes	40
<b>4</b>	
<b>Stratégies pour la promotion de l'empowerment économique des femmes</b>	<b>41</b>
4.1	
Types de stratégies	41
4.2	
Le rôle des agents clef	44
<b>5</b>	
<b>Bibliographie</b>	<b>47</b>

# Présentation

La Déclaration des Objectifs du Millénaire s'est imposée comme un document de référence internationale pour la coopération au développement. Elle aborde en effet des axes d'intervention et d'action qui visent à éradiquer la situation de pauvreté et d'inégalité dans le monde. Ladite Déclaration exprime l'engagement explicite de 191 pays membres des Nations Unies, autour de huit objectifs qui devront être atteints avant 2015.

L'objectif numéro trois<sup>1</sup>, en particulier, évoque en exclusivité la situation sociale des femmes et met en évidence la singularité de l'inégalité sociale à laquelle celles-ci se heurtent. Une expression a d'ailleurs été adoptée: la *"féminisation de la pauvreté"*, pour évoquer la plus grande vulnérabilité des femmes, qui sont les plus touchées dans des contextes de difficultés sociales et économiques.

De ce fait, la coopération espagnole a relevé –d'une manière déterminée et volontaire– le défi de l'empowerment économique et social des femmes, comme l'une des grandes lignes d'action contre ce phénomène. En effet, comme l'exprime la Stratégie de "Genre en Développement" de l'Agence de Coopération Espagnole pour le Développement (AECID):

*"La pauvreté des femmes est particulièrement liée à la discrimination que celles-ci subissent dans le libre accès et dans l'exercice de leurs droits économiques. Cette situation a des répercussions sur leur autonomie, elle limite leurs options vitales et professionnelles et elle cantonne leur présence majoritaire en dessous de la ligne de la pauvreté"*<sup>2</sup>.

1. Objetivos de Desarrollo del Milenio de la ONU en [www.un.org/spanish/millenniumgoals/](http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/)

2. Estrategia de "Género en Desarrollo" de la Cooperación Española", Nava San Miguel Abad (elaboración y coordinación), Ministerio de Asuntos Exteriores y Secretaría de Estado de Cooperación Internacional, 2007.

La tenue de ce Séminaire est une preuve parmi d'autres du fait que le soutien apporté par le Secrétariat d'État de la Coopération Internationale n'est pas seulement une déclaration d'intentions, mais qu'il constitue une pratique réelle de mise en oeuvre des politiques de défense de l'égalité des chances et des droits entre femmes et hommes dans les pays en voie de développement.

L'adhésion de Fundación Mujeres à l'initiative du **Séminaire de Stratégies et meilleures pratiques en faveur de l'empowerment des femmes en Afrique Subsaharienne** et à l'engagement qui a été assumé, répond à la conviction profonde qu'il existe des solutions à la situation sociale que vivent les femmes dans les pays moins développés, et que ces solutions passent par la mise en marche de stratégies qui reconnaissent et visibilisent les femmes comme des agents économiques et de développement à part entière.

De ce fait, le Séminaire a été conçu de manière à profiler des stratégies et des propositions permettant l'empowerment des femmes de l'Afrique Subsaharienne, en tenant compte toujours des directives énoncées dans le contexte de la coopération au développement, mais en incluant aussi d'autres agents clef tels que les entreprises ou les associations de femmes chefs d'entreprise, susceptibles d'apporter des ressources et des services nécessaires à la promotion de l'activité économique des femmes, partant de la perspective et des expériences des femmes chefs d'entreprise elles-mêmes.



## 1. INTRODUCTION

### 1.1. L'empowerment économique des femmes : facteur de développement

S'il est une réalité avérée, c'est bien le rôle que jouent les femmes dans les pays les moins développés en faveur de la soutenabilité et de la durabilité des économies domestiques. Elles sont les véritables artisanes de la subsistance de la famille, et ce sont donc elles qui, dans la majorité des cas, assurent constamment la couverture des premiers besoins. Pour ce faire, elles entreprennent des activités "entrepreneuriales" fondamentalement associées à l'élaboration et à la commercialisation de produits du territoire.

Cependant, ces "entreprises" relèvent le plus souvent du domaine "informel". Cela signifie que dans de nombreux cas, ce sont des activités "spontanées", constituées en dehors du cadre légal, mais dont la régularité leur permet d'assurer l'alimentation quotidienne.

Dans d'autres cas, il s'agit d'entreprises, formalisées ou pas, dont la production est destinée à une commercialisation plus soutenue -au-delà de la simple subsistance-, mais dont l'accès à la distribution et à la commercialisation des produits reste très limité.

Et pourtant, le rôle prépondérant indubitable que jouent les femmes, dans les économies les moins développées, pour la subsistance de la population, n'est que très rarement visible et reconnu. Cette invisibilisation répercute immédiatement sur l'accès même aux ressources nécessaires au développement de leurs activités entrepreneuriales, et a évidemment des conséquences sur leurs probabilités de croissance et de durabilité.

Quoi qu'il en soit, les femmes, conscientes de leur rôle, développent des stratégies entre elles, à des niveaux informels, pour se doter de ressources, d'outils, et de voies d'accès aux espaces qui leur permettront de poursuivre leurs activités entrepreneuriales.

La reconnaissance du rôle des femmes comme agents de développement est fondamentale pour permettre la croissance et le développement de leurs communautés. Les femmes, au vu du rôle social et économique qu'elles jouent pour tirer d'affaire leurs économies domestiques, deviennent de véritables agents économiques du territoire et -en tant que telles- elles doivent être considérées et traitées comme des éléments clef dans le cadre de la conception et de la mise en oeuvre des stratégies politiques de développement.

Leur rôle actif d'agents économiques fait qu'elles connaissent les difficultés, les besoins et les opportunités de leur entourage, et ceux qui dérivent de la nécessaire durabilité de leurs entreprises. Cette connaissance est essentielle pour la définition des politiques de développement des territoires, et -de par leur participation à l'économie- pour l'orientation de ces politiques vers la satisfaction de leurs besoins de croissance et de durabilité.



Il est donc fondamental, pour renforcer la position entrepreneuriale des femmes, que celles-ci puissent participer aux espaces de définition et de négociation des stratégies de promotion des territoires et/ou des activités économiques, et que l'accès aux ressources nécessaires leur soit permis.

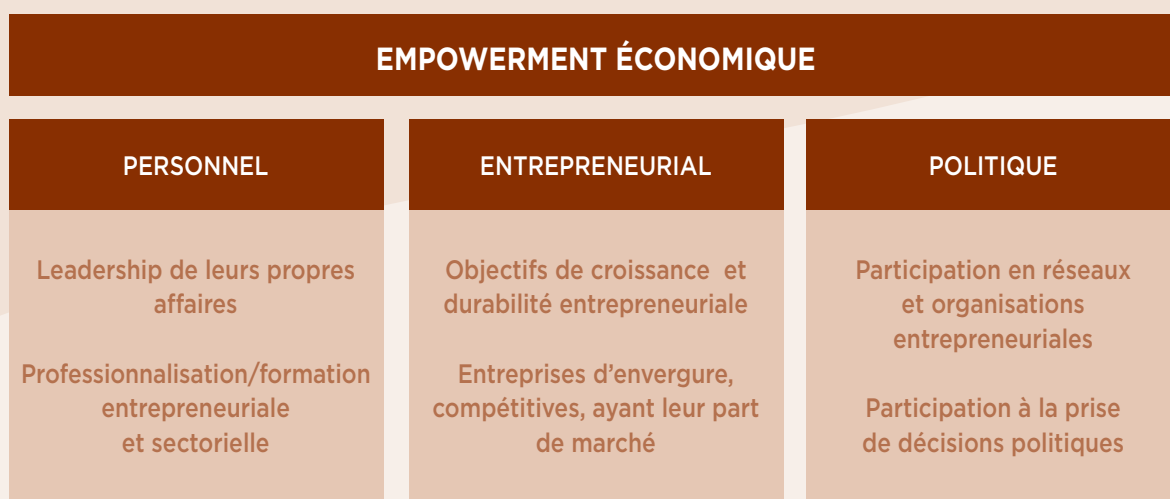
L'empowerment économique des femmes passe donc par leur participation active dans les contextes évoqués, par le renforcement de leurs entreprises, et par la garantie de croissance et de durabilité de ces dernières. Cela suppose que l'on reconnaisse leur rôle et leur valeur sociale et économique dans le développement territorial, et qu'on leur accorde l'accès et le contrôle des ressources nécessaires à la continuité de leur travail en faveur de l'évolution et du changement.

Ainsi donc, l'empowerment économique des femmes, se fonde sur trois piliers fondamentaux, le renforcement personnel, entrepreneurial et politique des femmes:

**Personnel**, car elles doivent assurer le contrôle de leurs affaires. Ce sont elles qui doivent prendre les décisions de leur gestion, qui doivent reconnaître et défendre la propriété de leur négoce et se professionnaliser pour mener à bon terme leurs projets entrepreneuriaux.

**Entrepreneurial** parce qu'elles doivent conduire leurs activités entrepreneuriales suivant des objectifs de croissance et de durabilité, en dépassant par conséquent les objectifs premiers de subsistance.

**Politique** dès lors qu'elles doivent occuper les espaces de participation et de prises de décisions dans le tissu entrepreneurial du territoire.



Telle est l'approche qui sous-tend le Séminaire "Stratégies et meilleures pratiques pour l'empowerment des femmes en Afrique Subsaharienne" dont les conclusions ont servi de base à l'élaboration du présent document.

## **1.2. Le Séminaire “*Stratégies et meilleures pratiques pour l’empowerment des femmes en Afrique Subsaharienne*”**

Le Séminaire est le fruit de l'intérêt porté à l'identification et à l'articulation des stratégies et des ressources nécessaires à l'empowerment économique des femmes, partant de la référence que constituent les objectifs et les lignes d'action définis, entre autres, dans le contexte des objectifs et lignes directrices des politiques d'égalité de chances entre femmes et hommes, et les politiques de coopération et développement.

L'objectif poursuivi était de créer un espace de réflexion et d'échange d'expériences et de connaissance et d'accueillir les organisations directement associées à la promotion et au développement de l'empowerment économique des femmes de l'Afrique Subsaharienne et d'Espagne, de sorte à analyser les synergies susceptibles d'être générées entre les deux territoires pour soutenir et renforcer les stratégies et les actions mises en oeuvre pour promouvoir la création et la consolidation d'entreprises dirigées par des femmes.

Le Séminaire est également conçu comme une première initiative vouée à être pérennisée, et qui vise à promouvoir les projets de coopération et d'investissement s'étant fixé, comme ligne stratégique d'action, l'empowerment des femmes dans le domaine économique.

L'un des piliers de cette initiative est d'identifier les besoins et les opportunités de la coopération entre pays en matière de renforcement de la position des femmes chefs d'entreprise dans l'activité entrepreneuriale en Afrique et en Espagne et, plus particulièrement, les opportunités qui peuvent être provoquées au niveau commercial en promouvant l'ouverture de marchés, par le biais de la création de réseaux de coopération entre femmes chefs d'entreprise des deux continents.

Dans cet esprit, le Séminaire qui se tient à Las Palmas de Gran Canaria, le 13 et le 14 octobre, est structuré autour d'un double objectif:

- a) Connaître les stratégies susceptibles d'être lancées par des institutions, ONGs et entreprises privées en matière d'empowerment économique des femmes africaines, quant au renforcement et à la consolidation de leurs projets entrepreneuriaux.
- b) Réfléchir et identifier, à partir de la présentation des réalités et des expériences des femmes chefs d'entreprise et entrepreneures, leurs principaux besoins, attentes, intérêts et demandes.

Le groupe d'organisations de femmes, d'organisations entrepreneuriales et de femmes chefs d'entreprise des deux territoires qui participent au Séminaire est volontairement réduit, de sorte à faciliter la réflexion et la définition des stratégies qu'il faut aborder pour promouvoir l'empowerment économique des femmes.

Le fruit du Séminaire est le présent document stratégique qui reprend et structure les conclusions, en mettant en lumière les stratégies et les ressources nécessaires qui doivent être articulées pour promouvoir la reconnaissance des femmes en tant qu'agents de changement et de développement, le renforcement de leurs entreprises, et leur positionnement comme femmes chefs d'entreprise sur leur territoire.

Les rencontres sont subventionnées par le Secrétariat d'État à la Coopération Internationale, (dans le cadre de l'appel à subventions de 2008 destinées à la tenue de congrès, de séminaires et de journées portant sur la coopération au développement) et réalisé avec la collaboration de la Casa de África.

### **1.3. Objet et caractéristiques du Document stratégique**

Ce document a pour objet de procéder à une approche qualitative de la situation des femmes chefs d'entreprise en Afrique Subsaharienne et de mettre l'accent sur les principaux aspects à prendre en compte lors de la mise en oeuvre d'actions et de lignes d'intervention visant à assurer le renforcement, la croissance et la durabilité des femmes chefs d'entreprise africaines.

Son contenu apporte une réponse à l'absence d'outils susceptibles de servir de référence pour proposer, articuler et développer des lignes de travail, des projets de coopération et/ou des interventions sur les territoires qui promeuvent l'empowerment économique des femmes dans une perspective intégrale. En tenant compte par ailleurs des circonstances du contexte politique, économique et social, ainsi que des besoins, des intérêts et des situations personnelles des femmes.

Le document est donc censé apporter des informations sur les femmes elles-mêmes, sur l'environnement et le contexte dans lequel elles mènent leurs activités entrepreneuriales, de sorte à proposer des stratégies d'intervention à partir du diagnostic de ces deux aspects.

L'information fournie dans le document est le fruit des réflexions et des conclusions émises par les agents clef, spécialisées, qui connaissent *in situ* les besoins des femmes chefs d'entreprise, l'influence qu'a sur leur durabilité le contexte dans lequel elles mènent leurs activités entrepreneuriales, et qui, partant de cette connaissance, proposent l'empowerment économique des femmes comme un moyen de développement des territoires.

Ce document est qualifié de stratégique dans la mesure où il est conçu comme un outil instrumental qui servira de base à la définition de futures interventions pour les organismes, entités et organisations dont les activités sont associées au renforcement entrepreneurial, à la promotion et à la consolidation des femmes chefs d'entreprise ainsi qu'à la coopération commerciale.

La valeur intrinsèque du document consiste dans l'identification des codes fondamentaux devant être abordés pour promouvoir l'empowerment économique des femmes, ainsi que dans la réflexion sur le rôle que jouent les femmes dans le développement territorial, et le besoin qui en dérive d'aborder ledit développement en reconnaissant le rôle d'agents clef des femmes, ce qui requiert nécessairement des programmes intégraux de promotion de l'empowerment économique des femmes.

## 2. LES FEMMES CHEFS D'ENTREPRISE EN AFRIQUE SUBSAHARIENNE

### 2.1. Quelques chiffres

Selon le rapport présenté par UNIFEM et Women's Founding Network, pour la Journée Mondiale de la Pauvreté<sup>3</sup>:

- Sur 10 personnes souffrant de la faim tous les jours dans le monde, 7 sont des femmes et des petites filles.
- *Les femmes réalisent plus des deux tiers des travaux non rémunérés, soit l'équivalent de 11 milliards de dollars (7 milliards d'euros), or, elles ne perçoivent que 10% des revenus et ne possèdent que 1% des moyens de production.*
- *En Afrique Subsaharienne, les femmes réalisent 70% du travail agricole et produisent plus de 90% des aliments, alors qu'elles ne sont aucunement représentées dans les délibérations budgétaires (cf. Forum Économique Mondial en 2005).*
- *L'inégalité entre les genres dans l'éducation et dans l'emploi en Afrique Subsaharienne a diminué la croissance par tête de 0,8% par an, d'après les derniers calculs de l'Organisation pour la Coopération et le Développement Économique.*

Ces quelques chiffres témoignent de la gravité de la situation de pauvreté et de vulnérabilité sociale dans laquelle se trouvent les femmes des pays moins développés. La cause principale de cette vulnérabilité réside dans le manque de reconnaissance du rôle que celles-ci jouent, en tant qu'agents de développement économique et social.

La contribution des femmes à la croissance économique et sociale est donc exclue des statistiques officielles, ce qui rend invisible le rôle pourtant actif des femmes dans l'économie de ces pays, pas seulement au regard du travail qu'elles réalisent comme principales responsables des tâches domestiques et des travaux familiaux, mais également dans leur rôle de plus en plus courant de femmes chefs d'entreprise et entrepreneures comme l'affirme le rapport de l'Organisation des Nations Unies pour le développement Industriel<sup>4</sup>:

*"Dans le secteur de la microentreprise et de la petite entreprise, les femmes représentent au niveau mondial entre un tiers et un quart de la population entrepreneuriale totale"*.

De sorte que les femmes sont en train de se positionner dans le système économique au travers d'une activité entrepreneuriale qui, dans un premier temps, voit le jour comme un moyen de subsistance familial, mais qui peut être ensuite projetée comme une activité entrepreneuriale à part entière, susceptible de consolider et d'accroître leurs perspectives en matière de relations commerciales, au-delà même de leur propre territoire.

3. "Investing in Women-Solving the Poverty Puzzle". UNIFEM, 2007.

4. "Una vía para salir de la pobreza. Desarrollo de la capacidad empresarial de la población rural y de las mujeres", Organización de las Naciones Unidas para el desarrollo Industrial, Viena 2003.

## 2.2. Leur contribution au développement

*“L'égalité des sexes, qui est inscrite dans les droits humains, est au cœur de la réalisation des Objectifs de Développement du Millénaire. Sans elle, on ne pourra vaincre ni la faim, ni la pauvreté, ni la maladie. L'égalité entre les genres implique l'égalité à tous les niveaux de l'éducation et dans tous les domaines de travail, le contrôle équitable des ressources et une égale représentation dans la vie publique et politique”<sup>5</sup>.*

Dans ce troisième Objectif du Millénaire, qui traite de la promotion de l'égalité entre les sexes et de l'empowerment de la femme, l'importance de la reconnaissance de la contribution des femmes au développement économique et social des territoires est affirmée. Cette contribution est fondée, comme nous l'avons expliqué au paragraphe précédent, sur la réalisation par les femmes- de deux types d'activités et de travaux:

Le **travail reproductif** de prise en charge, soins et protection des besoins de base afférant à la santé, à l'alimentation et à l'éducation ; ce qui est la garantie d'une couverture sociale basique pour les cellules familiales.

Le **travail productif** les activités économiques et entrepreneuriales mises en oeuvre par les femmes et dont dérivent:

1. *Une augmentation de la qualité de vie:* les femmes investissent les fruits de leurs activités commerciales dans le bien-être et l'économie de leurs familles.
2. *La configuration de groupes de femmes:* constitution de petits réseaux de coopération commerciale sur le territoire même, ayant davantage de probabilités qu'à titre individuel de se positionner sur le marché et d'accéder aux ressources; ils agissent également comme réseaux de coopération et de soutien dans les tâches familiales et domestiques.

La reconnaissance de la contribution que les femmes apportent par leur travail reproductif, aux économies domestiques et au développement du territoire en général, et le soutien à l'empowerment économique des femmes, par le biais de la création de leurs propres entreprises, sont des éléments clef de la transformation sociale et économique des pays moins développés.

## 2.3. Difficultés et opportunités de consolidation et de durabilité des entreprises

L'information évoquée dans le présent paragraphe est tirée de l'analyse de la réalité du contexte qui nous intéresse, et de l'expérience pratique des femmes chefs d'entreprise, qui leur a permis d'identifier les difficultés mais aussi les opportunités qu'elles rencontrent pour la mise en marche et la consolidation de leurs activités entrepreneuriales et commerciales.

5. [www.un.org/spanish/millenniumgoals/](http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/)

### 2.3.1. Difficultés

#### a) Disponibilité en temps:

Les femmes assument encore aujourd'hui la principale responsabilité des soins, prise en charge, et fonctionnement du foyer et de la famille. Cela rend particulièrement difficile un investissement de leur temps pour la mise en marche d'un projet entrepreneurial, et une perspective de durabilité à long terme.

Le manque de temps limite les femmes chefs d'entreprise qui auraient besoin d'accéder à l'information concernant les ressources susceptibles de soutenir et d'aider les entreprises d'une part, par le biais du financement, et les femmes chefs d'entreprise d'autre part, par la formation et le conseil pour la mise en oeuvre de ces entreprises et de leur activité commerciale.

#### b) Financement:

Les femmes rencontrent des obstacles dérivés de la permanence des stéréotypes sociaux, qui se traduisent en une double résistance :

- De la part des hommes : résistance à partager le contrôle et la prise de décisions sur l'argent et sur la gestion du foyer, ce qui empêche les femmes de disposer d'un capital propre pour la réalisation de leurs activités économiques et commerciales.
- De la part des entreprises et entités financières qui ne considèrent pas les projets entrepreneuriaux des femmes comme des objectifs potentiels d'investissement.

#### c) Faiblesse du système de communication et des Infrastructures:

Par rapport aux éléments suivants :

- *Déplacements et commercialisation:*

Les femmes chefs d'entreprise et entrepreneures rencontrent, lorsqu'elles consolident leurs entreprises, des problèmes dérivés du développement insuffisant des communications sur leur territoire, quand il s'agit, surtout, de zones rurales, difficilement accessibles. Les activités commerciales des femmes se réduisent donc à leur environnement immédiat, du fait des difficultés qu'elles rencontrent et du temps qu'elles doivent investir pour leurs déplacements et pour le transport des marchandises.

- *Nouvelles technologies:*

Le déficit est énorme en termes de développement des nouvelles technologies de l'information et des communications. Cela place les femmes dans une situation défavorable en termes d'accès à l'information sur les ressources et les disponibles, et les empêche d'étendre leur domaine de commercialisation des produits, au-delà de leur propre territoire.

Cette insuffisance limite également la coopération commerciale entre femmes chefs d'entreprise, ainsi que la constitution de groupements, puisque cela empêche la continuité des communications nécessaire à l'échange et au travail conjoint.

#### **d) Complexité de la réglementation:**

Les principales difficultés auxquelles se heurtent les femmes en matière de réglementation sont les suivantes:

- *Un nombre excessif de lois qui entravent le processus de constitution légale d'entreprises dans une grande partie du pays.*

Les femmes sont moins familiarisées avec les procédures légales; elles manquent par ailleurs de temps pour se renseigner et pour accélérer les procédures et la bureaucratie trop lourde qui en dérive.

Cette complexité des processus bureaucratique et la longueur du temps nécessaire aux démarches favorise, dans de nombreux cas, les pratiques illicites qui placent les femmes dans une position plus vulnérable du fait de leur statut "informel" sur le marché.

- *Réglementation discriminatoire à l'encontre des femmes dans certains pays.*

Il existe des lois qui interdisent aux femmes de devenir propriétaires des terres, ou des lois qui les empêchent de recevoir d'éventuels héritages. Cette discrimination directe du cadre législatif fait qu'elles ont beaucoup de difficultés à disposer de fonds pour un premier investissement de capital propre, ou de propriétés pour installer leurs entreprises.

### **2.3.2. Opportunités**

#### **a) Initiatives entrepreneuriales des femmes:**

Les femmes réalisent des activités à caractère commercial pour apporter une réponse à la situation économique familiale et personnelle dans laquelle elles se trouvent. Elles assument ainsi le rôle d'entrepreneures qui parient pour la formule des initiatives entrepreneuriales propres, même si elles exercent essentiellement leur activité dans les flux informels de la commercialisation, à cause des barrières sociales et économiques auxquelles elles se heurtent.

#### **b) L'existence de groupes et d'associations de femmes:**

Les femmes sont conscientes de la nécessité de s'associer pour pouvoir travailler conjointement et établir des réseaux de coopération et de soutien pour l'échange économique et commercial de leurs activités productives et reproductives. Le regroupement en réseaux est une base solide pour la constitution d'associations jouissant de plus de capacité d'action et de représentation. Elles peuvent se positionner ainsi dans le domaine politique et économique-entrepreneurial, et établir des relations commerciales susceptibles de les intégrer dans le marché "formel" et de leur permettre d'établir des relations commerciales de plus de portée.

**c) Ressources de l'entourage:**

L'activité productive et commerciale menée par les femmes est essentiellement fondée sur l'exploitation des ressources et des matières premières qu'elles trouvent sur leur propre territoire. L'utilisation et la transformation de ces dernières constituent l'un des axes principaux du développement territorial. Les bénéfices tirés de la commercialisation répercutent sur la revitalisation et sur le développement économique de l'entourage et peuvent permettre à de petites entreprises de durer dans le temps et d'envisager, le cas échéant, un développement commercial plus important, dépassant le cadre territorial.

**d) Administration et gestion adéquate du financement pour les entreprises:**

Les femmes ont prouvé qu'elles avaient un très haut niveau de responsabilité et d'engagement dans le respect des échéances de remboursement des financements accordés par les entités qui soutiennent leurs projets. De ce fait, pour la coopération au développement ou pour d'autres entités, les femmes sont les bénéficiaires principales de programmes de financement tels que les microcrédits.



### **3. LE CONTEXTE SOCIOPOLITIQUE DE DÉVELOPPEMENT DES PROJETS ENTREPRENEURIAUX**

Dès lors que l'on envisage une stratégie ou une voie d'action pour lancer des projets entrepreneuriaux de femmes, il faut prendre en considération les circonstances sociales et économiques structurelles qui vont faciliter ou compliquer les processus d'empowerment. Il faut, pour ce faire, identifier ces éléments dans une étape préalable, pour assurer la création et la durabilité des entreprises dirigées par des femmes.

#### **3.1. Éléments défavorables:**

##### **a) Manque de reconnaissance du rôle des femmes comme agents de développement:**

La conséquence principale de la non-reconnaissance du rôle actif des femmes dans l'économie est l'absence de politiques d'intervention spécifiques pour la promotion de leurs propres activités entrepreneuriales. Ces politiques doivent par ailleurs être associées à des chapitres budgétaires pour assurer l'implantation effective des politiques, au niveau local surtout, où les femmes pourront jouer leur rôle fondamental pour la croissance des territoires.

##### **b) Le phénomène de la mondialisation:**

La mondialisation est un processus universel qui a également des conséquences économiques sur l'empowerment des femmes africaines. Celles-ci évoluent dans le domaine domestique et mènent des activités entrepreneuriales sans quitter le territoire. Cela a une double conséquence:

- Elles ne participent pas au flux continu et évolutif d'informations sur l'état du marché, l'existence de ressources, ou d'entités susceptibles de soutenir leurs projets, et n'ont pas connaissance d'autres initiatives pouvant leur servir de référence.
- Elles restent en situation de désavantage lorsqu'elles souhaitent s'adapter aux besoins du marché ou actualiser leurs systèmes de communication et de commercialisation, ce qui rend difficile leur accès à des marchés de plus grande envergure.

##### **c) Existence de conflits politiques:**

Le contexte politique des périodes de conflits et de post-conflits provoque la rupture des réseaux commerciaux et empêche le développement normalisé de l'activité économique et productive du territoire. L'activité économique des femmes est la plus touchée par l'existence de ces conflits, et en particulier par les hostilités entre groupes ethniques, car les relations commerciales s'établissent surtout dans l'entourage immédiats, à travers des cercles informels.

##### **d) Manque d'investissements dans les infrastructures et les nouvelles technologies:**

Il est en effet urgent d'améliorer les communications, tant dans l'entourage immédiat, que vers les noyaux de population et les villes dans lesquels se concentre le gros de l'activité industrielle et entrepreneuriale, au niveau national et international.

Cela a des conséquences évidentes sur le transport et la commercialisation des produits, sur l'établissement de relations commerciales avec d'autres entreprises du territoire ou de l'extérieur, et également sur la connaissance et l'accès aux entités susceptibles d'allouer des financements aux projets entrepreneuriaux.

**e) Obstacles d'ordre réglementaire:**

La complexité des processus bureaucratiques entrave d'une part la constitution formelle d'entreprises de femmes ou d'associations de femmes chefs d'entreprise et, d'autre part, l'accès aux ressources de financement, de formation et de habilitation entrepreneuriale et professionnelle. Tout cela se traduit par une grande difficulté à formaliser ces entreprises et à les intégrer dans les flux économiques et commerciaux légaux.

### **3.2. Éléments favorables à la création et à la durabilité des entreprises dirigées par des femmes**

**a) Politiques dérivées de la mondialisation:**

L'intercommunication due à la mondialisation de l'information offre de multiples possibilités d'entrer en contact avec des entités susceptibles de financer les projets entrepreneuriaux (par le biais de la coopération au développement ou d'entreprises privées), et de connaître les expériences de femmes chefs d'entreprise d'autres pays qui peuvent servir de références. Cela peut même se traduire par la création de réseaux d'échange de pratiques entrepreneuriales et/ou de coopération commerciale.

**b) Mise à profit des ressources et des matières premières du territoire:**

Les femmes africaines bénéficient d'un milieu riche en matières premières dont elles peuvent tirer parti comme base de leurs activités agricoles, agroalimentaires ou manufacturées. Partant de l'exploitation de ces matières premières et de tous les produits propres, elles peuvent envisager l'élaboration d'autres produits et multiplier leurs chances sur les marchés, en les commercialisant et en contribuant ainsi au développement économique du territoire.

**c) La coopération au développement:**

La coopération au développement a mis en oeuvre des programmes de financement d'entreprises de femmes susceptibles de devenir des projets économiques durables. Le suivi que les organisations apportent à ces projets est une pratique qui cautionne d'une certaine manière le fait que ces entreprises puissent avoir accès à des fonds issus d'initiatives d'entreprises privées.

Les organisations sociales sont également en train de jouer un rôle fondamental d'aide à la constitution d'associations et de réseaux de femmes chefs d'entreprise et entrepreneures et à l'établissement de relations de coopération sud-sud, pour l'échange d'expériences de projets dans d'autres pays aux caractéristiques et aux conditions sociales similaires.

**d) Stratégies de genre dans les politiques:**

L'existence de stratégies appliquant la perspective de genre aux politiques, tant à l'échelle des gouvernements eux-mêmes, que dans la coopération internationale au développement, est une reconnaissance institutionnelle et un engagement d'intervention qui facilite la reconnaissance et la promotion des femmes comme agents de développement.

## 4. STRATÉGIES POUR LA PROMOTION DE L'EMPOWERMENT ÉCONOMIQUE DES FEMMES

De la présentation que nous avons faite jusqu'à présent des difficultés rencontrées par les femmes chefs d'entreprise et entrepreneures, et des éléments qui facilitent la création et la consolidation de leurs entreprises, nous pouvons déduire les stratégies suivantes:

### 4.1. Types de stratégies:

#### a) Reconnaissance sociale des femmes comme agents de développement économique:

La première étape qu'il faut franchir, avant de pouvoir formuler des politiques d'aide aux activités entrepreneuriales et commerciales des femmes, est de reconnaître leur contribution au développement d'un territoire, depuis l'économie productive et depuis l'économie domestique et familiale dont elles demeurent les principales responsables.

Pour ce faire, les stratégies de visibilisation qui vont être adoptées doivent être accompagnées de programmes intégraux d'action, et de chapitres budgétaires spécifiques susceptibles d'aider d'une manière effective l'empowerment économique des femmes.

Les axes des politiques à mettre en oeuvre devraient tourner autour des stratégies suivantes:

- *Garantie de respect du caractère obligatoire de la scolarisation des fillettes:*

L'éducation est la base du processus d'empowerment social et économique des femmes. Des stratégies politiques de couverture sociale, de garantie, et d'encouragement de l'éducation des petites filles doivent donc être adoptées.

- *Accès des femmes aux postes de responsabilité et de prise de décisions politiques:*

Garantir le principe démocratique de représentativité politique suppose que l'on encourage la présence, dans les organes de gouvernement, de femmes dotées d'une capacité d'influence réelle et effective sur les décisions du plus haut niveau politique et économique.

Il faut favoriser le leadership fort de femmes capables de transformer, depuis le pouvoir politique, la situation actuelle des femmes, visibiliser la contribution de ces dernières à la croissance économique, et donc assurer la reconnaissance de leurs droits en matière d'accès et de contrôle, dans des conditions d'égalité avec les hommes, aux ressources de développement.

- *Transversalisation de l'approche de genre dans tous les domaines politiques:*

Dans la plupart des cas, ce sont le Ministère des Affaires Sociales ou les organismes créés à cet effet, qui mettent en oeuvre les politiques de genre. Cela peut donner lieu, dans un premier temps, à une impulsion de ces politiques, mais elles doivent être transversalisées et également prises en considération dans les organismes ministériels associés à l'économie, au commerce et à l'industrie.

La prise en compte des femmes comme agents économiques doit être favorisée dans tous ces domaines, en encourageant leur promotion comme chefs d'entreprise et en investissant dans des politiques qui permettent leur présence et leur visibilité au-delà du rôle traditionnel qui les confine dans les activités sociales et familiales.

- *Visibilité dans les statistiques officielles de l'activité économique non reconnue des femmes:*

Les données économiques faisant l'objet de statistiques officielles doivent être classées par sexes, de façon à rendre visible l'activité économique des femmes, leur contribution au développement, tant dans le domaine du travail productif que reproductif.

- *Intégration et promotion des femmes dans des secteurs traditionnellement masculins:*

Les institutions publiques doivent potentialiser la présence des femmes dans des secteurs auxquels elles n'ont pas participé jusqu'alors ou dans lesquels elles sont minoritaires du fait de l'influence des stéréotypes traditionnels et de la distribution classique des rôles de genre.

L'objectif est de les intégrer dans des secteurs tels que la construction, les ateliers mécaniques ou l'industrie textiles, et d'élargir ainsi leur éventail d'opportunités entrepreneuriales et de marché.

## **b) Investissement dans les infrastructures:**

Des investissements s'imposent urgemment dans les infrastructures pour faciliter la communication entre les territoires, et favoriser la commercialisation des produits et les déplacements, surtout dans les zones rurales difficiles d'accès.

Les nouvelles technologies doivent être développées et incorporées car ce sont des outils qui :

- Potentialisent la communication avec les associations de femmes chefs d'entreprise à l'échelle nationale ou internationale en vue de l'échange d'expériences et de l'ouverture de voies de coopération commerciale.
- Facilitent l'accès à l'information sur les ressources et entités susceptibles de jouer un rôle clef dans le financement de projets entrepreneuriaux.
- Intègrent les femmes dans la société de l'information, en les adaptant aux systèmes communicationnels et technologiques qui, non seulement favorisent la commercialisation de leurs produits, mais qui avantagent aussi la qualité et l'innovation.

### **c) Modifications de la réglementation existante:**

En ce qui concerne la réglementation, nous l'avons vu plus haut, des stratégies susceptibles de surmonter les obstacles existants peuvent être mises en oeuvre au travers des actions suivantes:

- Revoir les lois sur l'héritage, la propriété, et l'acquisition de terrains qui discriminent les femmes et leur statut de citoyennes de plein droit. Dans cet esprit, les institutions politiques doivent s'imposer comme référence sociale pour la modification et le changement des lois qui ne reconnaissent pas l'égalité des droits et des opportunités entre femmes et hommes.
- Faciliter l'accès des femmes aux procédures légales indispensables à la constitution d'entreprises, et à l'information nécessaire pour une gestion adéquate de ces dernières.
- Réduire le nombre de lois et simplifier la bureaucratie excessive qui complique et rallonge les procédures légales, afin que les femmes puissent créer leurs entreprises ou constituer des associations de femmes chefs d'entreprise.

### **d) Consolidation entrepreneuriale:**

Les propositions de stratégies spécifiques à mettre en oeuvre pour renforcer les projets entrepreneuriaux de femmes sont:

#### *1. Programmes d'alphabétisation, de formation, et d'habilitation:*

Être une femme chef d'entreprise requiert un processus d'apprentissage fondé sur une méthode systématique et intégrale de formation qui tienne compte des éléments suivants :

- *Alphabétisation:* au niveau de l'enseignement primaire bien sûr, mais aussi pour que les femmes qui ont fréquenté l'école et ont interrompu leurs études puissent se re-familiariser avec des activités pratiques de lecture et d'écriture.
- *Formation financière:* quelle est la portée réelle de la création d'une entreprise, et quels sont les mécanismes à mettre en oeuvre pour assurer la durabilité et la rentabilité du projet.
- *Formation sur le cadre législatif et les ressources institutionnelles:* apprentissage des démarches bureaucratiques et institutionnelles existantes pour accéder au financement, aux crédits, aides et subventions, et du cadre légal concernant l'activité entrepreneuriale.
- *Formation entrepreneuriale:* utilisation du langage économique de sorte que les femmes puissent dépasser le stade du commerce informel exercé dans leur contexte immédiat, et intégrer des flux commerciaux formels à grande échelle.

- *Formation associée au produit à commercialiser*: savoir analyser les mouvements du marché, pour positionner les produits ou stimuler la créativité lors de la mise en marche d'initiatives originales répondant à une différenciation productive.
- *Formation aux nouvelles technologies*: pour accroître la qualité et la compétitivité des produits en améliorant la présentation et les voies de communication et de diffusion de l'activité entrepreneuriale.

## *2. Favoriser l'articulation de groupes et de réseaux de femmes chefs d'entreprise :*

Le besoin de pouvoir compter sur des associations de femmes chefs d'entreprise constituées en réseaux à l'échelle nationale et internationale ou capables d'établir des contacts de coopération commerciale ou de créer des coopératives, répond à deux idées clef:

- Les réseaux favorisent les relations, l'échange d'expériences et de projets, et stimulent le travail en commun; mais, au-delà de cela, ils donnent l'opportunité d'accéder à des modèles, à des projets entrepreneuriaux qui sont devenus de véritables références sociales, qui peuvent guider et encourager le lancement de nombreuses autres nouvelles initiatives.
- Les associations de femmes chefs d'entreprise peuvent se consacrer à la diffusion et à la formation d'autres nouvelles femmes prêtes à entreprendre, à partir de l'enseignement de stratégies et de méthodes entrepreneuriales, et servir de mentor et de conseil à ces femmes souhaitant devenir chefs d'entreprise et entrepreneures.

Cela requiert un modèle de référence qui contribue au soutien des femmes et à la prise de conscience par ces dernières de ce que l'abordage d'un nouveau projet entrepreneurial signifie en terme d'autonomie et d'épanouissement personnel et professionnel.

L'articulation de réseaux peut se traduire en même temps par la constitution d'associations de femmes chefs d'entreprise intervenant comme groupes de pression et dotées d'une présence et d'une capacité d'influence réelles et effectives dans les espaces de prises de décisions politiques et commerciales.

## **4.2. Le rôle des agents clef:**

Les agents clef susceptibles de développer des stratégies en faveur de l'empowerment économique des femmes sont les suivants -en fonction de leur niveau de responsabilité et de capacité à intervenir -:

### **a) Institutions politiques. Niveau local, régional, national et supranational:**

Les gouvernements peuvent développer des stratégies au niveau politique et institutionnel pour promouvoir l'empowerment économique des femmes, en se fondant sur la reconnaissance de la contribution que celles-ci apportent au renforcement social et économique du pays.

Ils peuvent également adopter des stratégies au niveau microsocial, en incorporant le principe de l'empowerment à des programmes concrets d'intervention applicables au niveau national, régional et local, et dotés par ailleurs de mécanismes qui garantissent la poursuite réelle et effective des objectifs fixés.

### **b) Organisations et organismes de la coopération au développement:**

La coopération au développement a promu l'empowerment économique des femmes par le biais, entre autres, de projets parmi lesquels il faut citer les programmes de financement de microcrédits pour la création d'entreprises par les femmes.

Lorsque l'on aborde la coopération au développement, il faut le faire dans une perspective d'impulsion des potentialités et des possibilités réelles des femmes en tant que chefs d'entreprise et entrepreneures pour que les projets aient une formulation adéquate aux caractéristiques des femmes mais aussi au contexte social et économique dans lequel ils vont se développer.

Conformément à ces lignes générales, la coopération au développement doit renforcer les stratégies suivantes:

- Concevoir des programmes intégraux qui prévoient tant le financement d'entreprises de femmes, que la formation et l'habilitation nécessaires à une gestion efficiente ; qui envisagent la création d'entreprises; mais qui se fixent aussi des objectifs à long terme de renforcement et de consolidation des activités entrepreneuriales.
- Faciliter l'échange entre organisations sociales pour partager les approches et les expériences concernant les projets en faveur de l'empowerment économique des femmes.
- Favoriser la constitution, sur le territoire, d'associations de femmes chefs d'entreprise et entrepreneures, en encourageant aussi le contact avec des associations d'autres régions ou à portée internationale.
- Procéder au suivi et à l'évaluation des projets de création d'entreprises par des femmes, de sorte à pouvoir se porter caution lorsque celles-ci demandent un soutien financier aux entreprises privées.

### **c) Entreprises privées. Du territoire ou étrangères**

La coopération au développement peut être étayée par le travail d'autres agents, tels que les entreprises, pour favoriser l'empowerment économique des femmes. Les stratégies promues par le secteur privé peuvent emprunter deux voies différentes:

### *1. L'activité entrepreneuriale elle-même:*

- Investissements dans des entreprises de femmes créées à partir de projets de coopération de sorte à contribuer à leur renforcement et durabilité.
- Aide à la commercialisation des produits : en potentialisant l'ouverture de voies commerciales dépassant les limites du commerce intérieur.
- Incorporation d'entreprises de femmes parmi les fournisseurs d'entreprises, pour encourager la coopération commerciale et l'intégration de ces entreprises dans les flux commerciaux formels.

### *2. La responsabilité sociale corporative:*

- Aide à la formation et à l'habilitation de femmes chefs d'entreprise et entrepreneures : au travers du financement, ou en leur permettant d'accéder à des ressources propres aux entreprises privées, dans le domaine de la formation à la gestion entrepreneuriale et à la commercialisation et vente des produits.
- Renforcement des associations de femmes chefs d'entreprise, en favorisant l'échange d'expériences et la connaissance mutuelle des activités commerciales que celles-ci exercent, de sorte à créer des réseaux de coopération commerciale.



## 5. BIBLIOGRAPHIE

Nava San Miguel Abad (élaboration et coordination), *Estrategia de “Género en Desarrollo” de la Cooperación Española*, Ministerio de Asuntos Exteriores y Secretaría de Estado de Cooperación Internacional, 2007.

*“Investing in Women-Solving the Poverty Puzzle”*. UNIFEM, 2007.

*“Una vía para salir de la pobreza. Desarrollo de la capacidad empresarial de la población rural y de las mujeres”*, Organización de las Naciones Unidas para el desarrollo Industrial, Viena 2003

Gideon Maas, Mike Herrington, *Global Entrepreneurship Monitor (GEM). South African Report 2007*. UCT Centre for Innovation and Entrepreneurship (CIE), en <http://www.gsb.uct.ac.za/cie/>

*“Empowerment of Women Throughout the Life Cycle as a Transformative Strategy for Poverty Eradication”* United Nations Division for the Advancement of Women (DAW), 2001, en <http://www.un.org/womenwatch/daw/>

### **Sites Web d'intérêt:**

<http://www.un.org/millenniumgoals/>

<http://www.unifem.org/>

<http://www.mujiresporunmundomejor.org/>

<http://www.un-instraw.org/>

<http://www.awid.org/>

<http://leadingwomenofafrica.com/>

<http://www.afdb.org/>



ESTRATEGIAS Y MEJORES PRÁCTICAS  
PARA EL EMPODERAMIENTO DE LAS MUJERES  
EN EL ÁFRICA SUBSAHARIANA

1

documento **estratégico**

---

ESTRATÉGIES ET MEILLEURS PRATIQUES EN  
FAVEUR DE L'EMPOWERMENT DES FEMMES  
EN AFRIQUE SUBSAHARIENNE

25

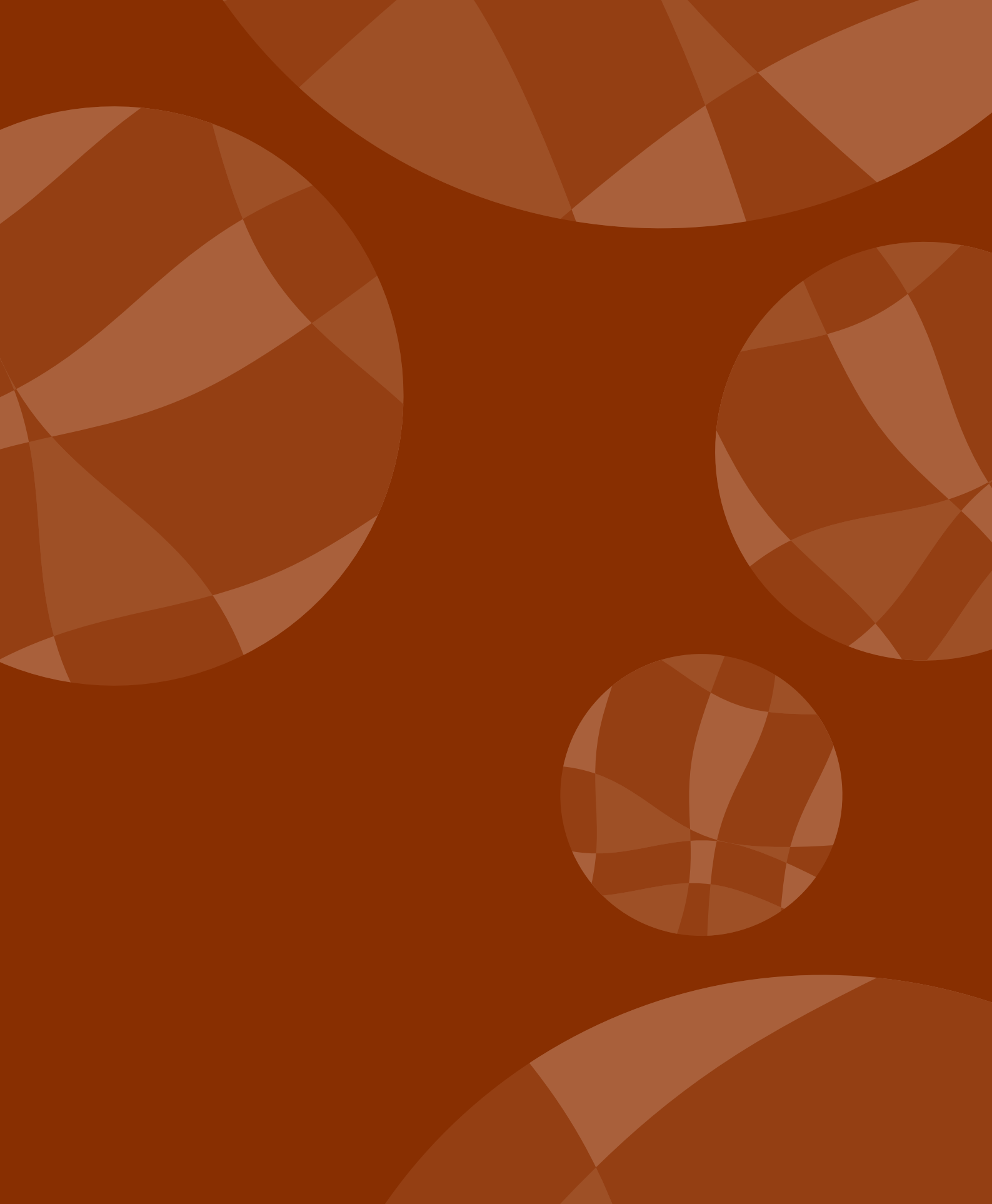
document **stratégique**

---

STRATEGIES AND BEST PRACTICES  
FOR THE EMPOWERMENT OF WOMEN IN  
SUB-SAHARAN AFRICA

49

**strategic** document



<b>Presentation</b>	<b>52</b>
<b>1</b>	
<b>Introduction</b>	<b>54</b>
1.1	
The economic empowerment of women: a development factor	54
1.2	
The Seminar “Strategies and Best Practices for the Empowerment of Women in Sub-Saharan Africa”	56
1.3	
Objective and characteristics of the strategic document	57
<b>2</b>	
<b>Women entrepreneurs in Sub-Saharan Africa</b>	<b>58</b>
2.1	
Some data	58
2.2	
Their contribution to development	59
2.3	
Difficulties and opportunities for the survival and sustainability of enterprises	59
<b>3</b>	
<b>The social-political context of development of enterprise projects</b>	<b>63</b>
3.1	
Elements which hinder the establishment and sustainability of businesses led by women	63
3.2	
Elements which facilitate the establishment and sustainability of businesses led by women	64
<b>4</b>	
<b>Strategies for promoting the economic empowerment of women</b>	<b>65</b>
4.1	
Types of strategies	65
4.2	
The role of key agents	68
<b>5</b>	
<b>References</b>	<b>71</b>

# Presentation

The Declaration of the Millennium Objectives has become an international reference in cooperation for development because it addresses lines of intervention and action for eradicating poverty and inequality in the world. This Declaration is the explicit commitment of 191 United Nations member countries to reach eight objectives before 2015.

Specifically, objective number Three<sup>1</sup> refers exclusively to the social situation of women, emphasising the social inequality in which they live. In fact, the term “*feminisation of poverty*” has been coined to define the greater vulnerability of women who are the most damaged group in socially and economically difficult contexts.

Accordingly, Spanish co-operation is focusing on the economic and social empowerment of women as one of the action lines against the feminisation of poverty. As stated in the “Gender in Development” strategy of the Cooperation for Development Agency of Spain (AECID):

*“The poverty of women is particularly related to the discrimination they experience as regards free access of their economic rights and their implementation. This situation has an impact in their autonomy, limiting its vital and economic options and is a factor in a majority of women remaining below the poverty line”<sup>2</sup>.*

1. Objetivos de Desarrollo del Milenio de la ONU en [www.un.org/spanish/millenniumgoals/](http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/)

2. *Estrategia de “Género en Desarrollo” de la Cooperación Española*, Nava San Miguel Abad (elaboración y coordinación), Ministerio de Asuntos Exteriores y Secretaría de Estado de Cooperación Internacional, 2007.

The above mentioned Seminar is a further expression of support by the State Secretariat for International Cooperation. It is not only a declaration of intentions but a practical implementation of policies for defending equal opportunities and rights between women and men in developing countries.

Fundación Mujeres has joined this commitment with the ***Seminar on Strategies and Best Practices for the empowerment of women in Sub-Saharan Africa***, in the firm belief that the social situation of women in less developed countries has solutions involving the implementation of strategies which recognize and make visible women as economic and development agents.

For the above reasons, this seminar has been designed with the objective of drawing up strategies and proposals to enhance the empowerment of women in Sub-Saharan Africa, taking into account the guidelines set forth by cooperation for development but also including other key agents such as enterprises or business associations which provide necessary resources and services for promoting the economic activity of women on the basis of the perspectives and experiences of business and entrepreneurial women.



# 1. INTRODUCTION

## 1.1. The Economic empowerment of women, a development factor

The role that women play in less developed countries for sustaining domestic economies is well known. Women assume the role of main breadwinners and, in most cases, take on the task of covering their family's daily needs. To achieve this, they set up "business" activities mainly related to the basic elaboration and marketing of local produce.

However, these "businesses" are mostly in the "informal" economy. This means that these "spontaneous" activities are not established within the legal framework. Nevertheless, they succeed in securing daily sustenance.

On other occasions, said activities (formalized or not) have restricted access to distribution and marketing of their products, regardless of whether they are part of the formal economy and of their production volume.

However, the role played by women in less developed economies for the subsistence of the population is not visible or recognized. This lack of visibility has an immediate impact in access to necessary resources to facilitate the development of their activities, which is an obstacle to their possibilities of growth and sustainability.

Even so, being fully aware of their role, these women develop strategies with their peers at informal levels to obtain resources, tools and ways of obtaining access to spaces allowing them to continue with their activities.

The recognition of women as agents for development is crucial to promote the growth and development of their communities. Due to the social and economic role women play to sustain their domestic economy, they become genuine local economic agents and, as such, should be considered key in the design and development of political strategies for development.

Their role as economic agents gives them a full grasp of the difficulties, needs and opportunities of their environment as well as those derived from the management of their enterprises. This know-how is essential for defining territorial development policies and (due to their participation in the economy) for focusing said policies on covering the growth and sustainability needs of these enterprises.

Accordingly, to reinforce the entrepreneurial attitude of women it is crucial to ensure their participation in the spaces of definition and negotiation of territorial promotion strategies and/or economic activities, as well as facilitating their access to the necessary resources.



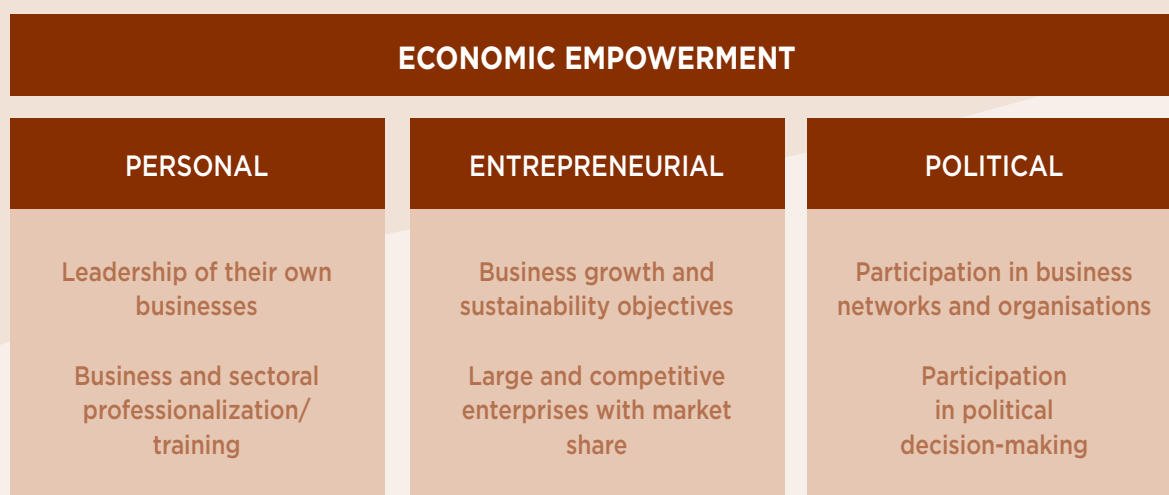
Therefore, the economic empowerment of women involves their participation in said contexts, as well as strengthening their enterprises and promoting their growth and sustainability. It also involves the recognition of their role and value for social and economic development of the territory as well as facilitating their access to the necessary resources for them to continue carrying out their transformation work.

Thus, the economic empowerment of women is based on three fundamental pillars: the personal, entrepreneurial and political strengthening of women.

**Personal** strengthening because they should become the owners of their own businesses. They have to take the day-to-day management decisions, recognize and defend the property of their business and become professional in order to fulfil their enterprise projects.

**Entrepreneurial** strengthening because they must carry out their enterprise activities with the objective of growth and sustainability, going beyond subsistence objectives.

**Political** strengthening because they must occupy the spaces of participation and decision making in the fabric of enterprises within their territory.



The seminar *“Strategies and Best Practices for the Empowerment of Women in Sub-Saharan Africa”* has been designed on the basis of the above approach. The conclusions of this Seminar are the groundwork for the preparation of this document.

## **1.2. The Seminar “*Strategies and Best Practices for the Empowerment of Women in Sub-Saharan Africa*”**

This Seminar arose out of an interest in identifying and implementing necessary strategies and resources for facilitating the economic empowerment of women, taking as reference and starting point the goals and intervention lines defined in the context of the objectives and guidelines, among others, of equal opportunities and co-operation and development policies.

The goal was to set up a space for discussing and exchanging experiences and knowledge between organisations directly related with the promotion and development of the economic empowerment of women in Sub-Saharan Africa and Spain, with the aim of analysing the synergy that could be achieved between both regions to support and reinforce the development-related strategies and actions for promoting the creation and consolidation of enterprises led by women.

Similarly, the Seminar was intended as a first initiative with the intention of providing continuity and promoting co-operation and investment projects which comprise, as a strategic action line, the empowerment of women in the economic field.

One of the pillars of this initiative is to identify the needs and opportunities for international cooperation to strengthen the position of businesswomen in business activities in Africa and Spain and particularly the possibilities of generating commercial actions, promoting access to markets through the creation of cooperation networks between business women of both continents.

Accordingly, the seminar which was held in Las Palmas, Canary Islands, on October 13 and 14 had a dual objective:

- a) to learn about the strategies that can be implemented by institutions, NGOs and private enterprises for the economic empowerment of African women and the strengthening and consolidation of their business projects.
- b) to learn about the realities and experiences of business and entrepreneurial women in order to determine and identify their main needs, interests and requirements.

A small group of business organisations, women’s organisations and businesswomen of both territories took part in the seminar, engaging in discussions and the definition of strategies which must be implemented to promote the economic empowerment of women.

The result of the seminar is this strategic document which summarises and organises the conclusions, emphasising the strategies and resources which must be deployed for promoting the recognition of women as agents of change and development, the strengthening of their enterprises and their position as businesswomen in their territories.

The meeting was subsidised by the State Secretariat for International Cooperation in the framework of the call for subsidies for meetings and seminars related to cooperation for development in 2008. The House of Africa Cooperated in the organisation of the meeting.

### **1.3. Purpose and characteristics of the strategic document**

This document aims at a qualitative approach to the situation of businesswomen in Africa and to summarise the key points to be considered in order to develop actions and intervention lines to promote the strengthening, growth and sustainability of African businesswomen.

Its contents endeavour to address the need for a tool to be utilised as a reference for proposing, defining and developing lines of work, cooperation and/or intervention projects in the territories for promoting the economic empowerment of women from a comprehensive viewpoint, i.e., taking into account the circumstances of the political, economic and social context as well as the needs, interests and personal circumstances of the women.

Accordingly, this document provides information about the women and the environment in which they carry out their business activities with the aim of proposing intervention strategies based on the assessment of these two factors.

The information collected by the document is the result of discussions and conclusions by key agents and experts who are familiar with the needs of businesswomen and the influence of the environment in which they carry out their business activities as regards sustainability. It is on the basis of this knowledge that the economic empowerment of women is proposed as a route for the development of the territories. Therefore, this summary is intended to be a strategic document in the form of a tool which can be utilised as a basis for defining interventions by organisations, entities and bodies whose activities are related to strengthening enterprises, promoting and consolidating the activities of businesswomen and commercial cooperation.

The value of the document resides in the identification of the key factors which must be addressed to promote the economic empowerment of women as well as a discussion about the role they play in territorial development. In addition, it emphasises the need of addressing said development considering women as key agents, which necessarily requires comprehensive programmes promoting the economic empowerment of women.

## 2. BUSINESS WOMEN IN SUB-SAHARAN AFRICA

### 2.1. Some data

According to the report published by UNIFEM and Women's Founding Network for the World Day against Poverty 2007<sup>3</sup>:

- Seven out of every 10 persons who suffer hunger on a daily basis in the world are women and girls.
- Women carry out two over two thirds of unpaid work, equivalent to 11 billion US dollars (7 billion euros), but only receive 10% of income and only own 1% of the production means.
- In Sub-Saharan Africa, women provide 70% of farm work, produce over 90% of food and even so they have no representation in budgetary discussions (as pointed out by the World Economic Forum in 2005).
- Gender inequality in education and employment in Sub-Saharan Africa has reduced per capita growth in 0.8% per year, according to recent estimates of the Organisation for Economic Co-Operation and Development.

The above data illustrate the difficult situation of poverty and social vulnerability of women in less developed countries. The main cause of this vulnerability is the lack of recognition of the role women play as economic and social development agents.

Therefore, the contribution of women to social and economic growth is excluded from official statistics which make this active role of women in the economy invisible, not only in relation to the work they carry out in the domestic environment (including care of family members) but also with respect to the increasing role they play as businesswomen and entrepreneurs, as stated in the United Nations report on industrial development<sup>4</sup>:

*"In the sector of micro- and small enterprises, at the world level women account for one fourth or one third of the overall business population".*

In this way, women are positioning themselves in the economic system through business activities which initially are a way to obtain income for the family but which may grow into a consolidated business with broad perspectives in trade relationships beyond their territory.

3. "Investing in Women-Solving the Poverty Puzzle". UNIFEM, 2007.

4. "Una vía para salir de la pobreza. Desarrollo de la capacidad empresarial de la población rural y de las mujeres", Organización de las Naciones Unidas para el desarrollo Industrial, Viena 2003.

## 2.2. The contribution of women to development

*“Gender equality is a human right which is crucial for achieving the Millennium Development Goals. It is an essential requirement for overcoming hunger, poverty and disease. Gender equality involves equality at all levels of education and work, equitable control of resources and equal representation in public and political life”<sup>5</sup>.*

The Third Millennium Goal, which states that “equality between sexes and the empowerment of women must be promoted”, stresses the importance of recognizing the contribution of women to the economic and social development of territories. As described above, this contribution is based on two types of work carried out by women:

**Reproductive work:** providing care and covering basic needs on health, food and education. This is a basic social coverage guarantee for families.

**Productive work:** related to economic and business activities developed by women. These activities have the following results:

1. Increased quality of life: women invest what they earn with their business activities in the welfare and economy of their families.
2. The configuration of groups of women: small commercial co-operation networks in the territory with greater capacity to position themselves in the market and access resources which would be inaccessible at an individual level and which also operate as co-operation and support networks for family and domestic responsibilities.

Recognizing the contribution women make with reproductive work at the domestic and community level, together with the economic empowerment of women by supporting the creation of their own enterprises is a key element for the social and economic transformation of less developed countries.

## 2.3. Difficulties and opportunities for the consolidation and sustainability of enterprises

The information related to this section was obtained from the analysis of the environment and the practical experience of business women which has identified the difficulties as well as the opportunities they encounter in the implementation and consolidation of their business and commercial activities.

5. [www.un.org/spanish/millenniumgoals/](http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/)

### 2.3.1. Difficulties

#### a) Availability of time:

Women continue to pursue the main responsibility for the care of the home and the sustenance of the family. This does not allow them to invest time in the deployment of a business project as well as its long-term sustainability.

The lack of time restricts the possibilities of businesswomen to access information about resources available for enterprises such as funding, as well as training for entrepreneurial women for carrying out their projects and bolster their business activities.

#### b) Funding:

Women encounter obstacles derived from social stereotypes which constitute a double resistance:

- *By men:* unwillingness to share control and decision making about household money and expenses, preventing women from disposing of funds to develop their economic and business activities.
- *By enterprises and financial institutions* which do not consider business projects led by women as potential investment objectives.

#### c) Weakness in the communications and infrastructure system:

As regards the following:

- *Transport and marketing:*

In their attempts to consolidate their enterprises, businesswomen and women entrepreneurs encounter problems derived from the communications networks in their territories which, being in rural areas, are mostly difficult to access. Therefore, the commercial activities of women are reduced to their immediate environment due to the difficulties and the time required for transport of goods and personal travel.

- *New technologies:*

There is an enormous lag in the development of new information and communication technologies. This places women at a disadvantage in what concerns accessing information about resources and services and hinders the expansion of their commercial networks beyond the local territory.

It also restricts commercial cooperation between businesswomen and the creation of groups because they are unable to establish continuity in communications to enhance exchange and co-operation initiatives.

#### **d) Regulatory complexity:**

The main difficulties women encounter in relation to regulations are:

- *An excessive number of existing laws which hinder the process of legal registration of enterprises in most countries.*

In addition to having less time and information to develop legal procedures and deal with the excessive bureaucracy involved, women are not very acquainted with regulatory procedures. This complexity in bureaucratic processes, and the extended time for applications to be approved, gives rise on many occasions to illicit practices in which women are in a vulnerable position due to their “unregistered” market activity.

- *Discriminatory regulations against women in some countries*

Some laws prohibit women from owning land or being beneficiaries of inheritances. This is direct discrimination in the legal framework which prevents women from making a first investment of their own capital or property for establishing enterprises.

### **2.3.2. Opportunities**

#### **a) Entrepreneurial initiatives of women:**

Women develop commercial activities in response to their own economic circumstances and those of their family. In this way, they take up the role of entrepreneurs and assume business initiatives, although they largely develop their activity in informal marketing channels due to the social and economic barriers they encounter.

#### **b) Women's groups and associations:**

Women are aware that they need to associate with others to work jointly and establish co-operation and support networks for economic and commercial exchange of their productive and reproductive activities. The creation of networks is a solid base for constituting associations with broader capacity of action and representation. In the same way, they are able to position themselves in the political arena as well as in the economic and business fabric to establish commercial relationships allowing them to become part of the “formal” market and to establish extended commercial relationships.

#### **c) Resources in the environment:**

The productive and commercial activity developed by women is mainly based on the optimisation of resources and raw materials they find in their immediate environment. The utilisation and transformation

of these resources and materials is one of the main pillars of territorial development. The profits obtained from their commercial activity are returned to the territory, enhancing its revitalisation and development. This can allow small enterprises to survive the passage of time and expand their commercial development beyond the territorial level.

**d) Adequate administration and management of funding for enterprises:**

Women have demonstrated a high level of responsibility and commitment for returning credits granted by organisations supporting their projects. For this reason, women are the main beneficiaries of funding programmes such as micro-credits for development co-operation and other organisations.



### 3. THE SOCIAL-POLITICAL CONTEXT FOR THE DEVELOPMENT OF ENTERPRISE PROJECTS

Any approach for developing strategies or actions for implementing business projects led by women must take into account the actual social and economic circumstances that will facilitate or hinder their empowerment processes. Accordingly, it is necessary to identify said elements as an initial step for the creation and sustainability of enterprises led by women.

#### 3.1. Obstacles:

##### a) Lack of recognition of women as agents for development:

The main consequence of the lack of recognition of the active role played by women in the economy is the absence of specific intervention policies for promoting their business activities. Said policies must also include budgetary allocations for the effective implementation of policies mainly at the local level, where women play a crucial role in the development of territories.

##### b) Globalisation:

Globalisation is a worldwide process which entails consequences for the empowerment of African women at the economic level. Women are focused on the domestic environment and develop business activities within their territories. This has two consequences:

- They do not participate in the ongoing and changing flow of information about markets or the existence of resources/organisations that could support their projects or other initiatives they could use as reference.
- They continue to be at a disadvantage in the adaptation to marketing needs and the updating of communication and marketing systems, hindering their access to larger markets.

##### c) Existence of political conflicts:

In periods of conflict and post-conflict, the political environment disrupts down commercial networks and prevents the development of economic and productive activities of the territories.

The economic activity of women is highly affected by said conflicts, even more so between ethnic groups, because the establishment of commercial relationships are focused on the immediate environment utilising informal networks.

##### d) Lack of investment in infrastructures and new technologies:

There is a need for improving communications in the immediate environment as well as towards the main cities, where most of the industrial and business activity is carried out, both at the national and international level.

The condition of these infrastructures has an impact on the transport and marketing of products, on the establishment of commercial relationships with other enterprises of the territory or beyond it, and also for information enabling access to organisations which may provide funding for business projects.

**e) Regulatory obstacles:**

The complexity of bureaucratic processes constitutes an obstacle for the formal establishment of enterprises or associations of businesswomen as well as for access to resources for funding and business/professional training. These obstacles prevent women from formalising their enterprises and integrating them in the legal economic and commercial framework.

### **3.2. Elements which facilitate the creation and sustainability of enterprises led by women**

**a) Policies derived from globalisation:**

The growth of communications based on globalisation has provided greater possibilities of making contact with organisations that could finance business projects (cooperation for development organisations or private companies) as well as to learn about experiences of businesswomen in other countries. This could also give rise to networks for exchanging business practices and/or commercial cooperation.

**b) Optimisation of resources and raw materials from the territory:**

Africa is rich in raw materials that women can utilise to start up businesses based on agriculture, food production or manufacturing. On this basis, they could also consider the production of additional products to increase their market opportunities, thus contributing to the economic development of the territory.

**c) Cooperation for development:**

Cooperation for development organisations are implementing funding programmes for businesses led by women which could become sustainable economic projects. The follow up made by these organisations also serves to support additional investments in these enterprises by private companies. Social organisations are also playing a crucial role in supporting the establishment of associations and networks of businesswomen as well as in establishing north-south co-operation relationships for exchanging experiences of projects carried out in other countries having similar characteristics and social conditions.

**d) Gender strategies in policies:**

The existence of strategies applying the gender perspective in policies from the political viewpoint of governments and also from international cooperation for development organisations involves an institutional recognition and a commitment towards intervention which facilitates the recognition and promotion of women as agents for development.

## 4. STRATEGIES FOR PROMOTING THE ECONOMIC EMPOWERMENT OF WOMEN

The above described approach, together with the difficulties encountered by business and entrepreneurial women and the elements facilitating the creation and contemplation of enterprises, give rise to the following strategies:

### 4.1. Types of strategies:

#### a) Social recognition of women as agents for economic development:

The first step to be taken in the formulation of policies for supporting the entrepreneurial and commercial activity of women is to recognize the contribution they make to the development of a territory, based on productive and domestic economy of which they are responsible.

To do this, the visibilisation strategies should be supported by comprehensive action programmes and specific budgetary allocations to effectively support the economic empowerment of women.

The policy lines to be developed should be centred around the following strategies:

#### - *Guarantees for fulfilling the obligatory schooling of girls:*

Education is the cornerstone for the social and economic empowerment process of women. Therefore, political strategies must be developed for providing social coverage and guaranteeing the education of girls.

#### - *Integration of women in high responsibility and political decision-making positions:*

Guaranteeing the democratic principle of political representation involves promoting the presence of women in government bodies having an effective capacity to influence high-level political and economic decisions.

It is necessary to support strong and politically powerful women leaders having the ability to transform the current situation of women, making visible their contribution to economic growth. This also involves the recognition of women's rights as regards access to (and control of) development resources on an equal footing with men.

- *Transversalization of gender topics in all political areas:*

On most occasions, gender policies are implemented by social affairs ministries or bodies specifically set up for that purpose. This may be an initial drive for these policies, but it is necessary to implement them transversally and to apply them in ministries and government organisations particularly related to the economy, trade and industry.

The vision of women as economic agents must be promoted from said areas, supporting their promotion as businesswomen and investing in policies enhancing their presence and visibility beyond their traditional role, linked to social and family circles.

- *Visibility of official statistics on unrecognized economic activities performed by women:*

Official statistics should include gender-disaggregated economic data to make visible the economic activity of women in terms of their contribution to development, both in productive and reproductive activities.

- *Integration and promotion of women in traditional male sectors:*

Public institutions should enhance the presence of women in sectors in which they do not participate or are a minority as a result of stereotypes and traditional gender roles.

The objective is for women to become integrated in sectors such as construction, mechanical workshops or the textile industry, thus broadening their range of business and market opportunities.

**b) Investment in infrastructure:**

It is necessary to make investments in infrastructure to facilitate communications between territories and promote in this way the distribution of products and exchanges in difficult to reach rural areas. It is also necessary to include new technologies as tools for:

- Enhancing communications with associations of businesswomen at the national or international level for exchanging experiences and opening commercial cooperation channels.
- Facilitating access to information about resources and organisations which could play a crucial role for funding entrepreneurial projects.
- Integrating women in the Information Society, adapting them to communications technologies which facilitate the placement of their products in markets as well as enhancing their quality and innovation.

### c) Changes in existing regulations:

As described above, concerning regulations the strategies for overcoming existing obstacles can be carried out by means of the following actions:

- Amendment of the inheritance, purchase and property of land laws which discriminate women and their status as fully-fledged citizens. In this regard, political institutions must become social references for transformation and change of laws that do not recognize the equality of rights and opportunities between women and men.
- Facilitate access of women to the legal processes required for establishing enterprises and the information necessary for managing them adequately.
- Simplifying the number of laws and the excessive bureaucracy which increases the complexity and prolongs the legal procedures for women to set up their companies or associations.

### d) Strengthening of enterprises:

The proposals for specific strategies which can be developed to reinforce business projects are as follows:

#### 1. Literacy and training programmes:

Being a businesswoman involves a learning process requiring a systematic and comprehensive training method which must include the following elements:

- **Literacy:** basic primary education also for women who have attended primary school but did not continue their education, to allow them to become familiar again with practical reading and writing tasks.
- **Financial training:** information about what it really means to run a company and to learn the mechanisms to enable sustainability and profitability of the business project.
- **Training on the legislative framework and institutional resources:** knowledge about existing bureaucratic and institutional procedures for obtaining access to funding, credits, aids and subsidies, as well as on the legal framework related to business activities.
- **Business training:** to learn the economic language so that women can go beyond informal commercial and local exchanges to participate in formal and large-scale commercial activities.

- *Training related to the product to be marketed:* to analyse market movements, position products or stimulate creativity for devising initiatives related to product differentiation.
- *Training in new technologies:* to increase the quality and competitiveness of products, improve their presentation and the communication and dissemination channels of the women's business activities.

## *2. Promotion of businesswomen groups and networks:*

The need of associations of businesswomen establishing networks at a national or international level, or joining in commercial cooperation and establishing cooperatives, addresses two key ideas:

- Networks facilitate relationships, exchanging experiences and projects and enhance group work, but also provide the opportunity to disseminate models, social references for business projects which can guide and encourage the creation of many other projects
- Businesswomen and associations can carry out dissemination activities and training for new businesswomen based on the teaching of business methods and strategies, as well as mentoring actions and advising entrepreneurs on the process of becoming a businesswoman.

This involves a reference model which contributes to raising awareness among women about starting up a business project to become autonomous personally and professionally.

At the same time, networking can be translated into the establishment of businesswomen associations which can engage in lobbying actions, with presence and influence in political and trade decision making spaces.

## **4.2. The role of key agents:**

The key agents which can develop strategies for promoting the economic empowerment of women, depending on the degree of responsibility and capacity of intervention they may have, are as follows:

### **a) Political institutions at the local, regional, national and supranational level:**

Governments can develop strategies at the political and institutional level for promoting the economic empowerment of women on the basis of the recognition of the contribution they make to the social and economic development of the country.

They can also implement strategies at the micro-social level comprising the empowerment principle in specific intervention programmes to be applied at the national, regional and local level, including mechanisms to ensure the actual and effective fulfilment of the programme objectives.

## **b) Cooperation for development organisations and bodies:**

Cooperation for development has promoted the economic empowerment of women mainly through projects such as micro credit programmes for setting up businesses led by women.

In cooperation for development, it is necessary to promote the potentials and possibilities of women entrepreneurs so that the structure of projects is adapted to the characteristics of the women as well as the social and economic context in which they will be applied.

Following these general lines, cooperation for development should strengthen the following strategies:

- The design of programmes comprising funding enterprises led by women as well as training for management. In addition these programmes should promote not only the creation of enterprises but also long term objectives leading to the strengthening and consolidation of the business activities of the new companies.
- Facilitating exchanges between social organisations to share visions and experiences about projects for promoting the economic empowerment of women.
- Promoting the establishment of associations of businesswomen and entrepreneurs in the territories, emphasising contact with other associations of different territories or countries
- Carrying out the follow up and assessment of projects for creating enterprises led by women in order to support applications for funding from private enterprises.

## **c) Territorial or foreign private enterprises**

Cooperation for development can be supplemented by the work of other agents such as private enterprises for promoting the economic empowerment of women. The strategies promoted by the private sector could be focused along two lines:

### *1. The business activity:*

- Investments in enterprises led by women on the basis of cooperation projects, to contribute to their strengthening and sustainability.
- Support for marketing products, facilitating access to commercial networks beyond territorial trade.
- Integration of enterprises led by women as suppliers of other enterprises, promoting commercial co-operation and integration of these enterprises in formal trading activity.

## *2. Corporate social responsibility:*

- Supporting training of businesswomen and entrepreneurs by means of funding or facilitating access to private enterprise resources for business management, marketing and sales training.
- Consolidation of businesswomen associations, facilitating the exchange of experiences and mutual recognition of the commercial activities member enterprises carry out in order to establish commercial cooperation networks.



## 5. REFERENCES

Nava San Miguel Abad (preparation and coordination), *Estrategia de "Género en Desarrollo" de la Cooperación Española*, Ministerio de Asuntos Exteriores y Secretaría de Estado de Cooperación Internacional, 2007.

*"Investing in Women-Solving the Poverty Puzzle"*. UNIFEM, 2007.

*"A way out of poverty. Development of the entrepreneurial abilities of rural populations and women"*, Organización de las Naciones Unidas para el desarrollo Industrial, Viena 2003.

Gideon Maas, Mike Herrington, *Global Entrepreneurship Monitor (GEM). South African Report 2007*. UCT Centre for Innovation and Entrepreneurship (CIE), at <http://www.gsb.uct.ac.za/cie/>

*"Empowerment of Women Throughout the Life Cycle as a Transformative Strategy for Poverty Eradication"* United Nations Division for the Advancement of Women (DAW), 2001, at <http://www.un.org/womenwatch/daw/>

### Websites of interest:

<http://www.un.org/millenniumgoals/>

<http://www.unifem.org/>

<http://www.mujaresporunmundomejor.org/>

<http://www.un-instraw.org/>

<http://www.awid.org/>

<http://leadingwomenofafrica.com/>

<http://www.afdb.org/>







**mujeres**  
FUNDACIÓN