

Preparado por:



En colaboración con:



INFORME DE INCLUSIÓN DE GÉNERO

Mapeo del Ecosistema Emprendedor:
Guatemala Rural

Con el generoso apoyo de





CONTENIDOS

Agradecimientos	iii
I. Introducción	01
¿Por qué escribimos este Informe?	01
Objetivos	02
Metodología	02
II. Género y emprendimiento rural en Guatemala de un vistazo	05
III. ¿Por qué es importante promover la igualdad de género en el ecosistema emprendedor rural?	07
¿Cuáles son las oportunidades para las mujeres en la Guatemala rural?	08
¿Cuáles son los desafíos para las mujeres en el ecosistema emprendedor rural en Guatemala?	09
¿Cuáles son las oportunidades para mejorar el apoyo a las mujeres emprendedoras y trabajadoras?	11
IV. Los hallazgos: Género y Ecosistema Emprendedor Rural en Guatemala	13
La razón: ¿Qué motiva a las organizaciones de apoyo a promover la igualdad de género?	13
¿Cómo actúan las organizaciones de apoyo respecto a la igualdad de género en los programas?	14
Predicando con el ejemplo: La promoción de la igualdad de género y la diversidad dentro de las organizaciones de apoyo	22
V. Los obstáculos: ¿Qué impide que las organizaciones de apoyo trabajen con mayor profundidad en materia de igualdad de género?	26
Diseño y enfoque del programa	26
Brechas de apoyo al ecosistema emprendedor	27
VI. Actuar: ¿Cómo pueden las organizaciones de apoyo trabajar más a fondo en materia de igualdad de género?	29
Ser intencional al aplicar una perspectiva de género	29
Comprender y abordar las necesidades específicas de las mujeres en los programas	31
Superar la brecha digital a través de su programación	32
Generar conocimientos y habilidades para aplicar una perspectiva de género	33
Crear alianzas para promover la igualdad de género	35
Promover el género y la diversidad en el lugar de trabajo	35
Conclusion	37



Agradecimientos

Value for Women desea agradecer al capítulo de Centroamérica y México de la Red Aspen de Emprendedores para el Desarrollo (ANDE por sus siglas en inglés) por los esfuerzos dedicados para garantizar que la investigación para este informe fuera realizada con éxito. En particular, el equipo de Value for Women desea expresar su gratitud a los siguientes expertos y profesionales que participaron en las entrevistas a informantes clave: Marisol Argueta, Jessica Rochmann, David Martínez, FundaSistemas; Ana Gabriela Chinchilla, Alterna; Dilia Cocoy, Maribel Teni y Jaime Vargas, Swisscontact; Madeline Cecilia Franco, Fundación para el Desarrollo Empresarial y Agrícola; Daniel Granada, Pomona Impact; Lesly Estrada, Cámara de Industria de Guatemala; Eunice Martínez, Fundap; Lula Pérez, Root Capital; Eduardo Ruata, Technoserve; Andrés Rubio, IDB Lab; Caitlin Scott, Friendship Bridge.

Este reporte fue preparado por Luis Marquez, Daniela Moctezuma y Erica Berthelsen.

Value for Women y la Red Aspen de Emprendedores para el Desarrollo desean agradecer a la Fundación Walmart por el financiamiento que hizo posible este trabajo. Los hallazgos, las conclusiones y las recomendaciones que se presentan en este informe son solo las de Value for Women y no reflejan necesariamente las opiniones de la Fundación Walmart.

Fotos de portada y reconocimientos: UN Women/Ryan Brown ©.



I. Introducción

¿Por qué escribimos este informe?

Durante las últimas dos décadas, ha habido algunos avances con respecto a la igualdad de género en Guatemala, pero aún quedan desafíos importantes. Actualmente, las mujeres se están graduando de la escuela al mismo paso que los hombres, y están ocupando puestos de alta y media gerencia en mayor número.¹ A pesar de esto, persisten las desigualdades de género en el emprendimiento y desarrollo rural. Las mujeres constituyen el 50% de la población, pero solo poseen el 8%² de la tierra y dirigen el 12% de las grandes empresas³ en Guatemala. En particular, las mujeres indígenas tienden a experimentar pobreza, discriminación y exclusión en mayor proporción que las mujeres que no son indígenas.⁴ Todo esto que está sucediendo en el país con el PIB más alto de la región sugiere que las mejoras adicionales hacia la igualdad de género son realistas y alcanzables en el corto y mediano plazo con el enfoque y la coordinación de las organizaciones que trabajan en este terreno.

La pobreza rural y la desigualdad de ingresos son problemas particularmente persistentes en Guatemala, ya que más del 70% de la población rural vive por debajo del umbral de pobreza. La promoción de la igualdad de género puede tener resultados socioeconómicos transformadores positivos en las mujeres, en la agricultura y los sectores rurales, y en la sociedad en general (para un análisis más detallado, consulte la Sección II a continuación). Dada la infraestructura existente y los recursos disponibles para las mujeres rurales, las organizaciones incluidas en nuestra recolección y análisis de datos consideran que el emprendimiento es una de las formas más prometedoras de ayudar a las mujeres a asegurar oportunidades socioeconómicas. De hecho, el 75% de las organizaciones que apoyan el emprendimiento rural —organizaciones que brindan apoyo financiero y/o técnico a las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES)— tienen programas que apoyan específicamente a mujeres emprendedoras.

Las organizaciones de apoyo al emprendimiento rural en Guatemala (“Organizaciones de apoyo”)⁵ trabajan para mejorar las condiciones socioeconómicas de las mujeres tanto por su impacto directo como por el hecho de que mejorar la situación de las mujeres tiene un efecto dominó, derivado de la mejora de la vida de una mujer en lo individual, de la vida de su familia e hijos y, de igual manera, tiene impactos positivos más amplios

¹ Banco Mundial. Indicadores de Guatemala.

² Food and Agriculture Organization (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura) FAO. 2020. [Giving women in Guatemala a voice in food security and nutrition \(Dar voz a las mujeres de Guatemala en materia de seguridad alimentaria y nutrición\)](#), Rome: FAO.

³ Banco Mundial. 2017. Enterprise Surveys (Encuestas empresariales).

⁴ USAID. 2018. [Proyecto de Reforma Fiscal y de Compras: Diagnóstico de Tributación y Género en Guatemala](#).

⁵ Entrevistadas y consultadas para el desarrollo de este informe.

en las unidades familiares extendidas, las comunidades y las áreas circundantes. Al observar el apoyo actualmente disponible por parte de las organizaciones de apoyo, y qué apoyo adicional podría ser necesario para superar las brechas restantes en el acceso, los servicios y otro tipo de apoyo para las mujeres en la Guatemala rural, esperamos proporcionar una guía para diseñar e implementar un camino a seguir para que estas organizaciones de apoyo continúen impactando positivamente en la igualdad de género en la Guatemala rural y también para que reflejen estos valores dentro de sus organizaciones.

Objetivos

Este Informe de Inclusión de Género brinda una visión general de lo que están haciendo las organizaciones de apoyo para promover la igualdad de género y, en particular, para mejorar los resultados socioeconómicos para las mujeres en el ecosistema de emprendimiento rural en Guatemala.⁶

Este informe describe cómo están trabajando actualmente estas organizaciones de apoyo para respaldar a las mujeres rurales en sus diversos roles en el sector privado: como emprendedoras, empleadas, productoras y clientas de las MIPYMES rurales en Guatemala. También analizamos las políticas internas de las organizaciones de apoyo sobre igualdad de género y cómo estas organizaciones están “predicando con el ejemplo” al promover la inclusión de género dentro de sus organizaciones. Con base en la información clave de las organizaciones de apoyo, este informe destaca los **desafíos, las necesidades y las oportunidades** que estos actores tienen en su camino hacia el logro de la igualdad de género para las mujeres rurales en Guatemala. Con este fin, se incluye una lista de **recomendaciones y la descripción de las buenas prácticas** de trabajo de Value for Women en todo el mundo que ayudarán a abordar estos desafíos y oportunidades, y proporcionarán una guía práctica para que aquellos en el sector escalen y mejoren su trabajo en igualdad de género.


Metodología

Este informe se basa en una investigación realizada por Value for Women y ANDE entre octubre de 2020 y abril de 2021. La citada investigación incluyó entrevistas con informantes clave, encuestas y otras investigaciones y datos recopilados para incorporar al Mapeo del Ecosistema Emprendedor: Guatemala Rural llevado a cabo por ANDE, y las contribuciones obtenidas en una sesión de validación de partes interesadas para el citado informe celebrada en septiembre de 2020. Trabajamos en estrecha colaboración con ANDE a lo largo de este proceso y nos hemos basado en el análisis y las

⁶ ANDE determinó las áreas rurales con base en las definiciones utilizadas por los gobiernos de Guatemala, El Salvador y Honduras, la Comisión Económica de América Latina y el Caribe (CEPAL) y otras fuentes internacionales de la siguiente manera: de 1) residentes de pueblos, aldeas o granjas; 2) residentes de asentamientos/pueblos en los que el 50% o menos de los hogares tienen iluminación, electricidad y agua corriente en su hogar; 3) residentes de asentamientos/pueblos que carecen de vías de comunicación terrestre (carreteras) o servicio aéreo o marítimo regular, escuelas primarias (seis grados) y servicios de correo.

conclusiones del Mapeo del Ecosistema Emprendedor: Guatemala Rural, que incluye todo el ecosistema de emprendimiento rural, para enfocarnos en ellos y desarrollar los temas que son relevantes para las mujeres en las áreas rurales específicamente. Recomendamos que las organizaciones y las personas interesadas en el estado actual de la igualdad de género en la Guatemala rural y en el potencial de mejoras futuras lean estos dos informes juntos para tener una comprensión completa del entorno propicio y las brechas existentes en el acceso y en los resultados para las mujeres rurales.

ENFOQUE: ¿Qué son los Mapeos del Ecosistema Emprendedor de ANDE?



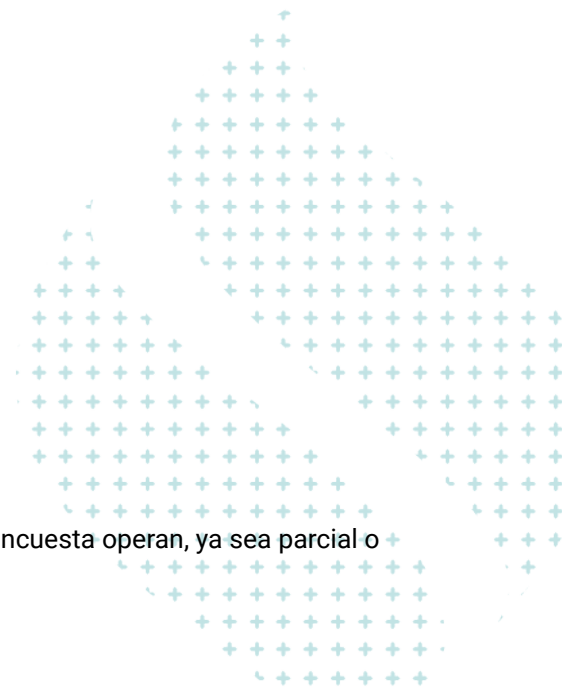
El objetivo del programa estratégico central de ANDE es mejorar los ecosistemas emprendedores en los mercados emergentes y ha buscado aportaciones de numerosas partes interesadas clave, en múltiples zonas geográficas en mercados emergentes sobre cómo abordar esto. Un primer paso clave identificado por los emprendedores, las organizaciones de apoyo a emprendedores, los inversionistas y los financiadores para cultivar un ecosistema sólido es desarrollar una comprensión del panorama emprendedor existente.

Con base en esta retroalimentación, ANDE desarrolló una metodología de mapeo de ecosistemas, o “*Snapshot*”, que brinda un mecanismo para identificar a los actores que actualmente apoyan el emprendedurismo, identificar barreras y brechas en los servicios y proporcionar soluciones y oportunidades para abordar esas brechas. Los mapeos representan el ecosistema emprendedor en una ubicación y momento específicos. Lo más importante es que los mapeos revelan dónde se necesita más financiamiento y apoyo en forma de capital, y describen claramente dónde se podrían aprovechar mejor los recursos en el ecosistema.

Desde 2014, ANDE ha completado más de 20 mapeos de ecosistemas para áreas geográficas en América Latina y África. Estos ahora están alojados en la plataforma digital interactiva de acceso público de ANDE: ecosystems.andeglobal.org. Los productos resultantes dan una visión nunca antes vista de los diversos actores dentro de los ecosistemas emprendedores de estas zonas geográficas.

La recolección de datos incluyó entrevistas con informantes clave realizadas a través de Zoom con organizaciones de apoyo, incluyendo proveedores de desarrollo de capacidades y proveedores de apoyo financiero con programas enfocados en áreas rurales de Guatemala. Estas entrevistas se han triangulado con datos de encuestas cuantitativas de 117 organizaciones que apoyan a emprendedores en la Guatemala rural⁷, que fueron recolectados y analizados por ANDE de agosto a octubre de 2020. El proceso de análisis de estos datos fue colaborativo y estructurado a través de aportaciones solicitadas y retroalimentación sobre los hallazgos de las partes interesadas participantes, con 44 organizaciones de apoyo que operan en áreas rurales de Guatemala que tomaron parte en la validación de los hallazgos en septiembre de 2020.

⁷ Todas las organizaciones de apoyo que respondieron la encuesta operan, ya sea parcial o totalmente, en zonas rurales.



II. Género y emprendimiento rural en Guatemala de un vistazo

Indicador de resultado	Guatemala
Fuerza laboral, millones de personas (mujeres vs. hombres)* ⁸	2.23 vs. 4.23
Igualdad salarial por trabajo similar ⁹ , 0 (más desigual) - 1 (igual)*	.579
% de empresas con una mujer como alto directivo ¹⁰	18.5
% de cambio en las empresas con una mujer como alto directivo de 2011 a 2017 ¹¹	-15.5
% de mujeres trabajadoras que trabajan por cuenta propia ¹²	49.71%
Acceso de las mujeres al uso, control y propiedad de la tierra, 0-1 (peor)*	.25 ¹³
% Prevalencia de violencia de género a lo largo de la vida, % mujeres *	18
% de trabajadoras profesionales/ técnicas vs % de trabajadores profesionales/ técnicos*	49.2 vs. 50.8
% de mujeres rurales que trabajan en el sector informal ¹⁴	88
% de mujeres con una cuenta de transacciones en una institución financiera vs. % de hombres ¹⁵	41 vs. 46
UNDP Desigualdad de género 2020 posición entre 189 países ¹⁶	127
Puntuación del Índice Global de Brecha de Género 2021 ¹⁷ y posición entre 156 países*	0.655 (Posición 122)

⁸ World Economic Forum. 2021. World Economic Forum's Global Gender Gap Report 2021. Geneva: World Economic Forum.

⁹ La igualdad salarial del Foro Económico Mundial se califica de 0 a 1, donde 1 representa la misma remuneración entre mujeres y hombres que trabajan en un puesto similar.

¹⁰ World Bank. (Banco Mundial) 2017. World Bank Enterprise Surveys. Washington, DC: World Bank. Tenga en cuenta que estas encuestas de empresas excluyen los siguientes sectores: agricultura; pesca; minería; servicios públicos; intermediación financiera; administración pública; educación, salud y trabajo social.

¹¹ [Female share of employment in senior and middle management \(%\) - Guatemala](#). The World Bank. Consultado en Marzo 2021.

¹² [Guatemala - Self-employed; Female \(% Of Females Employed\)](#). Trading Economics. Consultado en Marzo 2021.

¹³ Índice que mide si mujeres y hombres tienen los mismos derechos legales y acceso seguro a bienes no relacionados con la tierra. 0.25 = Las mujeres y los hombres tienen los mismos derechos legales y acceso seguro a bienes no relacionados con la tierra, sin excepciones legales con respecto a algunos grupos de mujeres. Sin embargo, algunas leyes o prácticas habituales, religiosas o tradicionales discriminan contra los derechos legales de la mujer.

¹⁴ Hall, D. and Heredia-Ortiz, E. In Guatemala, New Research on Gender Equality Shapes Government and USAID Investments in Taxation. DAI. Marzo 2020.

¹⁵ FINDEX. 2017. Financial Inclusion Index (FINDEX) Online. Washington, DC: World Bank.

¹⁶ United Nations Development Programme. 2020. Gender Inequality Index (GII). New York: UNDP.

¹⁷ El valor de la Puntuación del Índice de Brecha de Género Global varía entre 0 (desigualdad completa) y

Indicador de resultado	Guatemala
Participación y Oportunidad Económicas 2020 Puntuación y posición entre 153 países ¹⁸	.560 (Posición 129)
Número de empresas que son firmantes de los Principios de Empoderamiento de las Mujeres ¹⁹	39
Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer (CEDAW por sus siglas en inglés) de la ONU ratificada	Sí
Puntuación del Índice de Mujer, Empresa y el Derecho ²⁰	70.6/100 ²¹

* Datos recolectados por el Foro Económico Mundial en: Foro Económico Mundial. 2021. Informe Global de la Brecha de Género del Foro Económico Mundial Ginebra: Foro Económico Mundial.

1 (igualdad completa).

¹⁸ World Bank. 2021. Women, Business and the Law. Washington, DC: World Bank.

¹⁹ El número de empresas que son firmantes de WEP al 31 de enero de 2021.

²⁰ World Bank. 2021. Women, Business and the Law. Washington, DC: World Bank.

²¹ El índice cubre 190 economías y está estructurado en torno al ciclo de vida de una mujer trabajadora. En total, se califican 35 preguntas en los ocho indicadores. Después, se calculan las puntuaciones generales tomando el promedio de cada indicador, donde 100 representa la puntuación más alta posible. Los datos se refieren a las leyes y reglamentos que son aplicables a la ciudad comercial principal (Ciudad de Guatemala). Con base en este enfoque, Guatemala obtuvo una puntuación de 70.6 sobre 100. La puntuación general de Guatemala es menor que el promedio regional observado en América Latina y el Caribe (80.1) Dentro de la región de América Latina y el Caribe, la puntuación máxima observada es 95 (Perú)

III. ¿Por qué es importante promover la igualdad de género en el ecosistema emprendedor rural?

La inclusión de las mujeres rurales presenta una oportunidad comercial y económica convincente, que tiene un impacto positivo directo e indirecto en múltiples partes del ecosistema emprendedor rural, que incluyen: mayor rendimiento financiero comercial; mayor satisfacción del personal y menor rotación; mejor consistencia y calidad de las mujeres proveedoras²²; y mejor toma de decisiones cuando las mujeres ocupan puestos de dirección y liderazgo.²³ Con el 70% de la población rural de Guatemala viviendo en la pobreza a pesar de vivir en el país con el PIB más alto de la región, la oportunidad de aliviar esta condición es demasiado buena para pasarla por alto. Los beneficios de aumentar la inclusión de mujeres en las empresas rurales han despertado un mayor interés por parte de los intermediarios comerciales, los proveedores de servicios y las instituciones financieras en inversión con perspectiva de género, ya que es evidente que la falta de atención a las necesidades particulares de las mujeres rurales en el pasado ha limitado la eficacia de los esfuerzos para aliviar la pobreza y ha frenado el crecimiento económico en áreas y sectores rurales.

Cuando hombres y mujeres participan por igual en la economía, los países pueden alcanzar su potencial total de crecimiento. De hecho, si las mujeres participaran por igual en la economía, las proyecciones sugieren que el PIB global podría aumentar en \$12 billones para el 2021 (aproximadamente 11%).²⁴ Este potencial es reconocido por las organizaciones de apoyo en Guatemala, quienes informaron durante las entrevistas que la inclusión de las mujeres es importante para ellas, no solo para apoyar los derechos humanos, sino también porque el incremento de las oportunidades para las mujeres emprendedoras y las empresas rurales favorecerá el crecimiento sostenible de todo el país.



La igualdad de género es buena para la economía, para la reducción de la pobreza y para la productividad agrícola

²² IFC. 2016. [The Business Case for Women's Employment in Agribusiness](#). Washington, DC: IFC.

²³ "How Diverse Leadership Teams Boost Innovation," BCG article, enero de 2018.

²⁴ Esta proyección se basa en un panorama de "mejor en la región" en el que todos los países relacionan el progreso con la paridad de género del país con la mejoría más rápida en su región. McKinsey Global Institute. 2015. [The Power of Parity](#).

[How Advancing Women's Equality Can Add \\$12 Trillion to Global Growth](#). New York: McKinsey Institute.

A. ¿Cuáles son las oportunidades para las mujeres en la Guatemala rural?

La igualdad de género presenta un inmenso potencial para el crecimiento sostenible en el ecosistema emprendedor rural. **Alentar a las mujeres no solo como líderes sino como actores activos en todo el ecosistema puede tener efectos transformadores** que se extienden mucho más allá del individuo, a su familia, a su comunidad y a la sociedad en general. Por ejemplo, de 2000 a 2010, los aumentos en la participación de la mujer en la fuerza laboral en América Latina y el Caribe (ALC) contribuyeron a reducir la pobreza extrema en un 30%.²⁵

Las mujeres —las cuales poseen solo el 8% de la tierra en Guatemala— tienen el potencial de aumentar la productividad agrícola.²⁶ Los datos mundiales muestran que si las mujeres tuvieran el mismo acceso a los recursos productivos (insumos) que los hombres, la producción agrícola podría aumentar entre un 2.5% y un 4%, reduciendo el número de personas afectadas por el hambre entre un 12% y un 17% a nivel mundial.²⁷

Las agricultoras desempeñan un papel clave para garantizar la confiabilidad del suministro a los compradores más allá en la cadena de suministro, lo cual es vital a medida que aumenta la demanda mundial de alimentos. A medida que Guatemala experimenta un aumento de la urbanización y la emigración de las áreas rurales (principalmente por hombres), es más probable que las mujeres sean las que toman las decisiones en las parcelas y como jefas de familia. Las empresas alimentarias que han reconocido este cambio y se han centrado en las mujeres agricultoras como clave para su estrategia de suministro, han mejorado la estabilidad del suministro y su capacidad para planificar el crecimiento futuro.

Las inversiones en cadenas de suministro con mayor inclusión de género crean marcas sólidas y resultados de marketing positivos. Esto se debe a la creciente demanda por parte de los consumidores finales de productos de fuentes éticas y que empoderen a las mujeres. Las empresas que se enfocan en cadenas de suministro con inclusión de género, como Café Femenino, que tuesta y vende café cultivado y procesado por mujeres de Guatemala y de otras partes de los EE. UU., presenta un excelente ejemplo de esto. El exitoso modelo de Café Femenino muestra cómo la inversión en cadenas de suministro incluyentes puede ayudar a las MIPYMES agrícolas a acceder a mercados premium con precios más altos y, por lo tanto, generar mejores ingresos para los agricultores.²⁸

²⁵ World Bank. 2012. *The Effects of Women's Economic Power in Latin America and the Caribbean*. Washington, DC: World Bank.

²⁶ Food and Agriculture Organization. 2020. [Giving women in Guatemala a voice in food security and nutrition](#), Rome: FAO.

²⁷ Food and Agriculture Organization. 2011. [The State of Food and Agriculture report](#). Rome: FAO.

²⁸ <https://www.cafefemenino.com/guatemala-nahuala>



Sin embargo, las desigualdades de género aún frenan el potencial de las mujeres emprendedoras

B. ¿Cuáles son los desafíos para las mujeres en el ecosistema emprendedor rural en Guatemala?

Los sesgos de género, las normas y la cultura perpetúan y exacerbaban la desigualdad, en particular para las mujeres indígenas. Los sesgos de género restringen el crecimiento de las empresas dirigidas por mujeres al obstaculizar su acceso a capital financiero, físico, social y humano clave. Dentro del ecosistema guatemalteco, las desigualdades estructurales continúan permeando. El *machismo* que surge de un sistema patriarcal arraigado conduce a normas culturales que perpetúan la desigualdad, la discriminación y la violencia contra las mujeres y, a su vez, el acceso al empleo, a la educación, a la tierra y a la atención médica, incluso entre las propias mujeres.²⁹ Esta desigualdad impulsada por sesgos también afecta a las poblaciones indígenas, lo que provoca mayores tasas de pobreza en las comunidades indígenas,³⁰ y las mujeres indígenas se ven particularmente afectadas, con un 48% de analfabetismo en comparación con el 19% de las mujeres no indígenas.³¹ Los sesgos, las normas y la cultura actúan juntos para arraigar y perpetuar sistemáticamente la desigualdad, lo que hace que sea particularmente difícil de cambiar.

Las mujeres dedican horas desproporcionadas a un trabajo que a menudo no es compensado o reconocido. En la agricultura, el trabajo de las mujeres a menudo se cuenta como parte del trabajo de sus maridos y no se valora ni se compensa por separado.³² En promedio, las mujeres en la Guatemala rural dedican 6.1 horas diarias al trabajo que contribuye al hogar y a la comunidad, además de un promedio de 7.5 horas de trabajo remunerado por día. Esto contrasta con los hombres que trabajan, en promedio, 2.6 horas no remuneradas y 8.6 horas remuneradas.³³ Esta desigualdad en la responsabilidad del cuidado de los hijos y otros trabajos no remunerados tiene muchos efectos negativos en las mujeres, en las familias y en la comunidad, desde la reducción de su independencia financiera hasta la devaluación del tipo de trabajo que las mujeres suelen realizar (cuidado de los hijos, cocinar, trabajo comunitario), hasta la reducción de oportunidades de formación y educación adicionales.

²⁹ Food and Agriculture Organization. 2020. [Giving women in Guatemala a voice in food security and nutrition](#). Rome: FAO.

³⁰ World Bank. 2015. [Closing Gaps to Generate More Inclusive Growth, World Bank Group](#). Washington, DC: World Bank.

³¹ UNWomen. 'Guatemala'. New York: UNWomen.

³² UNWomen, 'Guatemala'. New York: UNWomen.

³³ Instituto Nacional de Estadística. 2011. [ENCOVI](#).

Empresas informales. Según un informe reciente del Global Entrepreneurship Monitor, los guatemaltecos ven el emprendimiento como una buena oportunidad y pocos expresan temor al fracaso como un impedimento para iniciar un negocio, en comparación con otros países de la región.³⁴ Sin embargo, la carga fiscal que conlleva el registro de una empresa puede hacer que sea casi imposible que las pequeñas empresas sobrevivan, y muchas MIPYMES operan en el sector “informal”. Esto afecta negativamente a las mujeres, ya que representan el 73% de la población guatemalteca trabajadora que tiene un empleo informal, una cifra que aumenta al 88% cuando se enfoca específicamente en zonas rurales.³⁵ Las empresas informales carecen de salario mínimo y de otras protecciones laborales para los trabajadores y tienen un potencial limitado de crecimiento, ya que las empresas informales tienen opciones limitadas para crecer. Los empresarios del sector informal también enfrentan mayores barreras para acceder al financiamiento más allá de los desafíos significativos que ya enfrentan las empresas rurales en general en Guatemala, creando una bolsa de trabajo sin buenas perspectivas a futuro.

Las barreras reglamentarias restringen aún más el crecimiento empresarial que incluye a las mujeres. En Guatemala no es ilegal discriminar por género en el momento de tomar decisiones de crédito. Además, no existen leyes que prohíban la discriminación por motivos de género en la contratación o que exijan la igualdad de remuneración por un trabajo de igual valor.³⁶



Las mujeres emprendedoras predominan en la base de la pirámide y no pueden acceder a las herramientas para pasar al siguiente nivel

³⁴ Guatemala: Reporte Nacional 2019/2020. Global Entrepreneurship Monitor (GEM).

³⁵ Hall, D. and Heredia-Ortiz, E. [In Guatemala, New Research on gender equality Shapes Government and USAID Investments in Taxation](#). DAI. Marzo 2020.

³⁶ World Bank. 2016. Women, Business and the Law 2016: Removing Restrictions to Enhance gender equality. Washington, DC: World Bank and IFC.

C. ¿Cuáles son las oportunidades para mejorar el apoyo a las mujeres emprendedoras y trabajadoras?

Las mujeres están mejor representadas en el liderazgo de micro y pequeñas empresas que en empresas medianas y grandes. Mientras que el 40.3% de las microempresas y el 20.3% de las pequeñas empresas en Guatemala en 2017 tenían una mujer como alto directivo, solo el 15.3% de las medianas empresas y el 12.1% de las grandes empresas eran dirigidas por mujeres. Además, las empresas formales con mujeres en la alta dirección tienen un porcentaje más alto de mujeres que trabajan tiempo completo (51.9%) que aquellas sin la participación de mujeres en la alta dirección (33%).³⁷ El incremento del número de mujeres en puestos directivos en empresas más grandes, no solo tendría beneficios directos para esas mujeres, sino también efectos secundarios en cuanto al aumento del porcentaje de mujeres que trabajan tiempo completo.

Muchas empresas dirigidas por mujeres no tienen un acceso adecuado al financiamiento. La brecha de financiamiento formal para las PYMES lideradas por mujeres en Guatemala es de USD \$903 millones y cuando se combina con la brecha para las microempresas lideradas por mujeres asciende a USD \$1,200 millones o el 2% del PIB del país. Esta cifra se deriva del 31.6% de las MIPYMES dirigidas por mujeres que están parcial o totalmente limitadas financieramente (es decir, estas empresas no pudieron acceder a financiamiento o no al suficiente para hacer crecer sus negocios).³⁸

La discriminación puede obstaculizar el acceso a los productos financieros que permitirían prosperar a las empresas dirigidas por mujeres. Las instituciones clave de apoyo al emprendimiento manifiestan estas desigualdades. Un estudio en Guatemala demostró esto, revelando cómo los sesgos en el proceso de solicitud de préstamos bancarios impactan de manera diferente a mujeres y hombres y particularmente a mujeres y hombres indígenas. Este estudio encontró que muchas mujeres se sentían discriminadas y que, sin duda, habrían recibido un mejor trato si fueran hombres.³⁹ Además, es más probable que los hombres y las mujeres indígenas denuncien discriminación.⁴⁰

³⁷ World Bank. 2017. World Bank Enterprise Surveys. Washington, DC: World Bank.

³⁸ International Finance Corporation. 2019. [IFC MSME Finance Gap Database](#). Washington, DC: IFC.

³⁹ Oxfam, Babson College and Value for Women. 2018. Understanding Structural Barriers and Hidden bias in Access To Credit for Women Entrepreneurs.

⁴⁰ Oxfam, Babson College and Value for Women. 2018. Understanding Structural Barriers and Hidden bias in Access To Credit for Women Entrepreneurs.

De 2011 a 2017, el Global Findex (Base de datos sobre la inclusión financiera en el mundo) del Banco Mundial mostró un **aumento de 2.5 veces en el porcentaje de mujeres guatemaltecas con cuentas bancarias, del 16% al 41%**, y un aumento en la propiedad de cuentas para los hombres del 30% al 46%. Esto dio como resultado una disminución significativa en la brecha de género en la propiedad de cuentas, del 14% al 5%. Es importante destacar que la propiedad de cuentas de hombres y mujeres todavía está muy por debajo del promedio de América Latina y el Caribe, y persisten diferencias de género en relación con el uso de productos y servicios financieros para uso personal y comercial. La brecha de género se amplía nuevamente cuando se mira el ahorro financiero formal, que en general es bajo, con un 10% de mujeres que ahorraron en 2017 en comparación con el 15% de los hombres. Entre el 38% de las mujeres que ahorraron dinero en el último año, solo el 17% pudo ahorrar para comenzar, operar o expandir un negocio (o granja) en comparación con el 21% de los hombres.⁴¹

La brecha digital de género, agravada en las zonas rurales, puede obstaculizar la modernización y el avance de las mujeres emprendedoras. El Informe sobre la Brecha de Género Móvil 2020 encontró que en Guatemala, el 71% de las mujeres poseen un teléfono móvil en comparación con el 79% de los hombres y la brecha de género en la propiedad de teléfonos móviles es la más amplia en las áreas rurales.⁴² Además, la brecha de género es aún mayor para los usuarios de Internet móvil, solo el 55% de las mujeres son usuarias de Internet móvil en comparación con el 65% de los hombres.⁴³

⁴¹ FINDEX 2017, op. cit.

⁴² GSMA. 2020. [The Mobile Gender Gap 2020](#). London: GSMA.

⁴³ GSMA. 2020. [The Mobile Gender Gap 2020](#). London: GSMA.





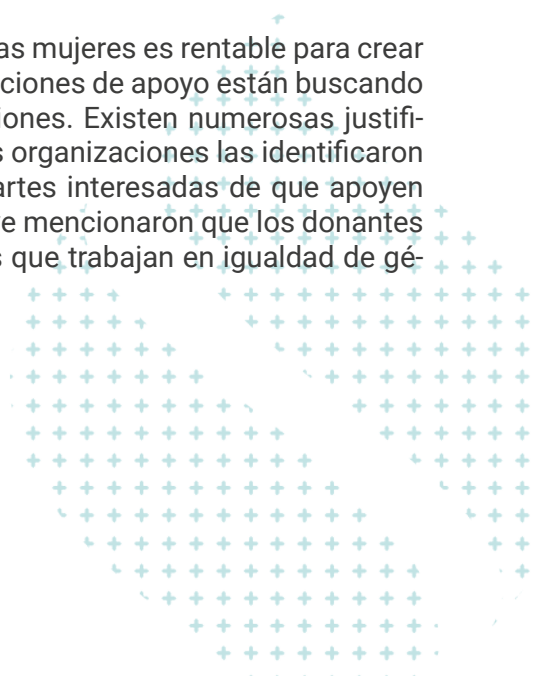
IV. Los hallazgos: Género y Ecosistema Emprendedor Rural en Guatemala

Con base en los datos provenientes de 117 organizaciones que participaron en el Mapeo del Ecosistema Emprendedor de la Guatemala Rural de ANDE, que incluye 12 entrevistas con informantes clave y un taller de validación, esta sección se basa en la sección “Datos del ecosistema” del Mapeo del Ecosistema de ANDE y profundiza en las motivaciones, acciones (externas e internas) y desafíos que enfrentan las organizaciones de apoyo cuando buscan hacer que avance la igualdad de género.

A. La razón: ¿Qué motiva a las organizaciones de apoyo a promover la igualdad de género?

Es lo que se debe hacer. El 41% de los participantes en la encuesta del Mapeo del Ecosistema que alinean su trabajo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas informaron que una de sus tres prioridades principales es promover el Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) 5: Lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y a las niñas. Las organizaciones de apoyo informan estar motivadas por la equidad y la inclusión, una obligación ética, para abogar por la igualdad de género. Los informantes clave creen que trabajar por la igualdad de género también generará mejoras para la sociedad en su conjunto, proporcionando beneficios que se extienden a las familias, a las comunidades y a la sociedad en general.

Es lo más inteligente que se puede hacer. Invertir en las mujeres es rentable para crear un impacto económico y social positivo y las organizaciones de apoyo están buscando resultados impactantes de sus servicios e intervenciones. Existen numerosas justificaciones económicas para la igualdad de género y las organizaciones las identificaron como persuasivas para convencer con éxito a las partes interesadas de que apoyen sus programas y proyectos. Algunos informantes clave mencionaron que los donantes se sienten cada vez más atraídos por organizaciones que trabajan en igualdad de género y quieren invertir con una perspectiva de género.



B. ¿Cómo actúan las organizaciones de apoyo respecto a la igualdad de género en los programas?

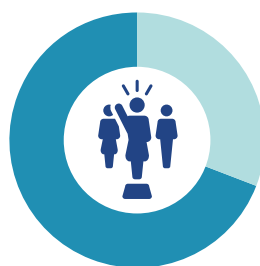
En sus programas, la principal forma en que estas organizaciones de apoyo promueven la inclusión de género fuera de la organización es apoyando a las empresas rurales dirigidas por mujeres. El 94% de los participantes que se dirigen a las mujeres, se enfocan en las mujeres emprendedoras en su programación, y el 73% de las organizaciones que apoyan a los emprendedores rurales se enfocan en las mujeres.⁴⁴ En menor medida, algunas organizaciones de apoyo reconocen y promueven una comprensión más diversa de los roles y habilidades de las mujeres en todo el ecosistema emprendedor y, en particular, en los flujos de suministro comercial, incluso como empleadas. Este enfoque bastante limitado sobre mujeres líderes y emprendedoras en la mayoría de las organizaciones de apoyo apunta al potencial para la expansión de la comprensión de la igualdad de género, y se enfoca de igual manera en cómo se pueden derribar o contrarrestar otras barreras a lo largo de la cadena de valor y en la prestación de servicios y productos que beneficien a las mujeres.

Porcentaje por objetivo del enfoque en mujeres



94%

Mujeres como emprendedoras



69%

Mujeres como líderes



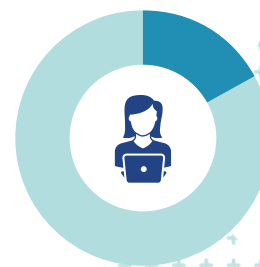
44%

Mujeres como proveedoras



19%

Mujeres como consumidoras o clientas



17%

Mujeres como empleadas

⁴⁴ ANDE. 2020. [Mapeo del Ecosistema Emprendedor: Guatemala Rural](#), p.15-16.



ENFOQUE:

Política de género de Technoserve⁴⁵



Technoserve, miembro de ANDE, tiene una política de género que describe explícitamente su compromiso con el avance de la igualdad de género a través de su trabajo tanto a nivel interno (prácticas corporativas) como externo (programación). Se basa en **la creencia de TechnoServe de que la igualdad de género aumentará la eficacia operativa y organizacional**, y contribuirá a la vez a su labor de alivio sostenible de la pobreza.

Technoserve se compromete a:

- ▶ **Valorar y crear visibilidad** tanto de las contribuciones de hombres como de mujeres;
- ▶ **Escuchar y brindar espacio** para que tanto mujeres como hombres ejerzan influencia;
- ▶ **Igualdad de acceso tanto para hombres como para mujeres** a la información, los bienes, los servicios y las oportunidades.

Acciones externas: Programación

La intención es que el género se optimice hacia prácticas externas a través de la integración desde el diseño hasta las fases de implementación y aprendizaje del ciclo del programa. Esto incluye llevar a cabo análisis de género detallados e independientes, la recolección regular de datos y pruebas desagregados por sexo y la mejora continua de las herramientas de seguimiento, evaluación e investigación con una perspectiva de género. A partir de estas acciones, se capturan y comparan lecciones sobre los impactos intencionales y no intencionales en hombres y en mujeres.

Acciones internas: Prácticas corporativas

TechnoServe se compromete a incorporar una perspectiva de género comenzando con políticas y estrategias organizacionales y extendiéndose a lo práctico a través de un enfoque dirigido a mejorar las funciones administrativas y la cultura. Para lograr esto, incorporan la perspectiva de género en sus políticas y procesos de recursos humanos y se aseguran de que todo el personal tenga oportunidades de aprendizaje en género. En particular, el liderazgo también da regularmente ejemplo a otros empleados al demostrar su compromiso con la igualdad de género al comunicar esto.

Además, TechnoServe se esfuerza por lograr el equilibrio de género en la fuerza laboral en todos los países y en todos los niveles.

⁴⁵ TechnoServe, “Política de género” de 2015, accesible [aquí](#)

En muchos casos, los donantes influyen en las prioridades de género. La aprobación de los donantes y otros requisitos a menudo influyen en la dirección y el enfoque de la programación de las organizaciones de apoyo que dependen de este tipo de financiamiento para operar. Los cambios en el sector y las oportunidades o necesidades comerciales también pueden persuadir a las organizaciones de apoyo (en particular a los proveedores de servicios) para que se centren más en el género. El crecimiento en la inversión en perspectiva de género está teniendo impacto en la dirección del crecimiento de las organizaciones de apoyo y cambiando su enfoque hacia las mujeres. El creciente interés en financiar empresas dirigidas por mujeres ha llevado a dos organizaciones a establecer cuotas para cumplir con los requisitos de los donantes sobre el número de empresas atendidas dirigidas por mujeres. Los informantes clave también hablaron sobre la forma en que el aumento de financiamiento los ayudó a crear programas con una perspectiva de género.

“Desde que trabajamos con mujeres, nos ha redituado. Hay muchos donantes que nos dan fondos solo para mujeres. Vemos que existe un potencial para sostener nuestros servicios de asesoría, ya que son una palanca fuerte para apoyar el crecimiento de las mujeres”.

Fomento de mujeres líderes

Las organizaciones de apoyo están **adoptando el liderazgo de las mujeres** en un entorno dominado por hombres. Un tema clave abordado por informantes clave fue la dificultad en encontrar empresas dirigidas por mujeres en el sector agrícola. A pesar de que la agricultura ha sido un entorno históricamente dominado por los hombres, **las organizaciones están haciendo esfuerzos coordinados para desarrollar las habilidades y el liderazgo de las mujeres en este sector**, con el objetivo de influir en un cambio organizacional.

“Nuestra cartera de clientes está mayoritariamente compuesta por organizaciones de café, consideramos que era uno de los sectores más excluyentes, más dominados por hombres en toda la cadena de valor, desde la parcela, hasta la comercialización. Sin embargo, hemos identificado que las mujeres están atrás, ocultas y surge la idea de impulsar más esa visibilización y potenciar su participación en la toma de decisiones”.

“Trabajamos en el liderazgo de las mujeres para que se empoderen y vean el potencial que tienen. Trabajamos con las Juntas Directivas de productores para motivar a las mujeres a participar y en paralelo se trabaja un programa de liderazgo para fortalecer las competencias de las mujeres. Es importante también trabajar con hombres el programa de inclusión de la mujer”.

David Martínez, FundaSistemas

Específicamente, tres organizaciones que trabajan con cooperativas agrícolas están **brindando apoyo práctico a través del desarrollo conjunto de planes de acción para aumentar el número de mujeres líderes a nivel consejo de administración**. Además, se están asegurando de que esas mujeres que trabajan en cooperativas reciban apoyo con oportunidades de desarrollo de habilidades técnicas y personales. Este enfoque práctico puede conducir a una mayor diversidad y contribuir a crear conciencia sobre los beneficios de la inclusión de género y la diversidad.

“A nivel organizacional, lo que se busca es romper el monopolio de los hombres en las juntas directivas y cambiar el número de hombres en las cooperativas o grupos organizados. Muchas veces te dicen que el que se registra es un hombre porque es el dueño de la tierra y vemos que el 90% son hombres y el 10% mujeres. En Guatemala, no es necesario ser propietario de la tierra para ser propietario de la organización. Buscamos incentivar a más mujeres a participar dentro de la organización y en temas de la junta directiva. Se elabora un plan de equidad de género a nivel de organización y directorio”.

Eduardo Ruata, Technoserve

Desarrollar acciones focalizadas para apoyar la inclusión de mujeres o emprendedoras

Aprovechar las oportunidades para mujeres emprendedoras en sectores agrícolas especializados. Ciertos sectores del ecosistema emprendedor rural están dominados por mujeres, lo que representa oportunidades prometedoras para el progreso de género en Guatemala. Fundap y FundaSistemas identificaron cadenas de valor como los hongos ostra, las aves de corral y el fertilizante o humus de lombriz como cadenas de valor donde las mujeres están sobrerrepresentadas. Estas dos organizaciones se están cerciorando de que las mujeres que ya están participando en la cadena de valor tengan las habilidades prácticas y el conocimiento para sobresalir en estas áreas y transferir este conocimiento a otras mujeres. Fundap y Fundasistemas ven esto como una oportuni-

dad que requiere atención a las distintas necesidades de las mujeres como proveedoras. Teniendo esto en cuenta, brindan programas de capacitación tanto técnica como comercial para aumentar sus posibilidades de éxito.

Empujando más allá de la subsistencia. Algunas organizaciones están focalizando a las mujeres en la base de la pirámide. Existe un enorme potencial para un mayor enfoque en este sector, según la IFC, el 95% de las MIPYME dirigidas por mujeres en Guatemala son microempresas.⁴⁶ Hay algunos ejemplos notables de organizaciones con programas dirigidos a mujeres con empresas de subsistencia. Estos programas son multidimensionales pues reconocen la intersección de la salud sexual, el bienestar y la educación (tanto empresarial como financiera) para lograr la sostenibilidad. El programa Impulsa tus sueños de Fundea brinda un paquete integral de capacitación en desarrollo empresarial destinado a la transición de las microempresas hacia la auto-sostenibilidad. Mientras que *Friendship Bridge* ofrece microcréditos a mujeres emprendedoras en la base de la pirámide y los complementa con servicios de salud preventiva, asistencia técnica y educación.

“En nuestro programa agrícola brindamos a las mujeres conocimientos prácticos, las capacitamos en habilidades específicas (crianza de aves, producción de abono orgánico, producción de huertos familiares) y pueden replicar estos conocimientos con otras mujeres. Las apoyamos para que pasen de un negocio de subsistencia a uno dinámico”.

Madeline Franco, Fundación para el Desarrollo Empresarial y Agrícola

Apoyar e incentivar la inclusión de género en las empresas

Llevándolo un paso más allá. Algunas organizaciones están trabajando para transformar las desigualdades estructurales. Estas organizaciones hablaron sobre la necesidad de nivelar el campo de juego, tomando en cuenta la carga desproporcionada de las mujeres en aspectos como el trabajo doméstico no remunerado, la educación y el acceso a los servicios de salud. Estas desigualdades se entrecruzan y conducen a una situación en la que las mujeres emprendedoras comienzan con desventaja, lo que las desfavorece desde el principio. Las organizaciones están abordando estas múltiples dimensiones que se entrecruzan a través de talleres sobre temas que incluyen: salud sexual y reproductiva, violencia sexual y de género y acceso a la justicia. Un proyecto digno de mención Empodera de Swisscontact profundiza en estos temas, reconociendo el impacto de la esfera física y personal como la seguridad, la atención médica en salud reproductiva y sexual y la economía del cuidado. Esta iniciativa tiene como objetivo reducir la brecha de género en la inclusión financiera, el empleo y el espíritu emprendedor y lograr cambios culturales en términos de normas de género.

⁴⁶ International Finance Corporation. 2017. MSME Finance Gap. Washington, D.C.: IFC.

“Trabajamos en el empoderamiento de las mujeres desde la esfera autonomía física, económica, y política, abordamos el tema de la salud sexual y reproductiva, la prevención de la violencia de género y la economía del cuidado. Abordamos la equidad de género, cómo reducir las brechas de género para las mujeres y abordar los roles de género. También trabajamos para reducir las brechas de acceso a temas de emprendimiento y capacitación técnica, crear nuevas oportunidades en el autoempleo y el emprendimiento no tradicionales”.

Swisscontact

Incentivar el cambio. Los incentivos financieros están proporcionando el estímulo para que las agroindustrias actúen respecto a la inclusión de género. Root Capital ha diseñado un programa para hacer frente a la falta de recursos de las cooperativas agrícolas para abordar la inclusión de género a través de su programa de Subvenciones para la Equidad de Género (GEG por sus siglas en inglés). Este programa se lanzó en 2016 y proporciona a las agroindustrias fondos específicos para lograr la equidad de género en sus operaciones y comunidades más amplias. Las GEG proporcionan fondos e incentivos para mejorar la calidad de vida y la representación de las mujeres dentro de sus empresas en las áreas prioritarias identificadas en sus operaciones y programas. Estas subvenciones no solo mejoran la igualdad para los beneficiarios, sino que también tienen como objetivo presentar un caso comercial más amplio para la inclusión de género y demostrar el impacto que pueden lograr con esta colaboración los inversionistas y las agroindustrias.





ENFOQUE:

Subvenciones para la equidad de género de Root Capital



Las subvenciones para la equidad de género (GEG) son un componente central innovador de la Women in Agriculture Initiative (Iniciativa Mujeres en la Agricultura) (WAI por sus siglas en inglés) de Root Capital. En 2019, Root Capital lanzó sus primeras subvenciones para la equidad de género centradas en la resiliencia climática en México y Centro América. Esto surgió de un profundo conocimiento del impacto del cambio climático en las mujeres y de cómo las mujeres pueden abogar por la mitigación del cambio climático.

Una cooperativa de café en Guatemala fue uno de los beneficiarios de las GEG en materia de resiliencia climática. Esta cooperativa tenía principalmente miembros indígenas que no habían recibido educación sobre la inclusión de género. A través de las GEG, la cooperativa de café buscó aumentar la productividad y la calidad del café que producía a través de una serie de intervenciones con enfoque de género. Estas incluyeron: sensibilización y creación de capacidad dentro de la cooperativa sobre género y cambio climático; implementar buenas prácticas de resiliencia al cambio climático en las parcelas de las mujeres miembros más vulnerables, y diseñar un producto de crédito para mujeres.

Esta GEG mostró numerosos resultados:

- Un reconocimiento de la vulnerabilidad que enfrentan las mujeres miembros de la cooperativa frente al cambio climático;
- La participación de las mujeres en la cooperativa aumentó, pero aún es limitada;
- Las mujeres aplicaron nuevas prácticas en sus fincas para ayudarlas a mitigar los efectos del cambio climático;
- Entender que las mujeres necesitan crédito para continuar implementando prácticas agrícolas climáticamente inteligentes que mitiguen y generen conocimiento sobre los efectos del cambio climático.



Derribar las barreras que impiden la participación equitativa en las capacitaciones. El reconocimiento de la intersección entre la vida personal y el trabajo y específicamente la carga adicional que soportan las mujeres es vital en la inclusión de género. Algunas organizaciones han relacionado esto con tasas de participación más bajas en capacitaciones, que después pueden afectar el desempeño empresarial de las mujeres. Varias **organizaciones están implementando o considerando factores como las responsabilidades del hogar y del cuidado** al realizar capacitaciones. Por ejemplo, Root Capital ha desarrollado una lista de verificación que incorpora consideraciones de género para que el personal las utilice al planificar capacitaciones. FundaSistemas también es consciente de cómo el cuidado infantil afecta la capacidad de participación de las mujeres y lo está tomando en consideración en el diseño de programas enfocados a mujeres emprendedoras.



ENFOQUE:

TechnoServe reconoce la intersección de los servicios de salud, género y participación económica



En un proyecto para capacitar a los pequeños productores de café, el personal de Technoserve identificó que las mujeres no asistían a las capacitaciones porque tenían que recolectar leña para cocinar. Con este conocimiento, Technoserve tomó medidas proactivas para resolver la raíz del problema mediante el lanzamiento de una asociación con Habitat for Humanity. Esta asociación condujo a la provisión de estufas limpias para aproximadamente mil familias. Esto no solo mejoró la participación de las mujeres en las capacitaciones, sino que también tuvo enormes beneficios socioeconómicos en términos de atención médica, finanzas y tiempo, al reducir el consumo de leña y la inhalación de humo.⁴⁷

⁴⁷ Improving the Productivity and Sustainability of Smallholders Coffee Farmers in Guatemala. A case study of Technoserve's Coffee project in Sololá, Chimaltenango, and Socatepéquez.

Digitalización de programación

Entrar a la tecnología digital para brindar soporte de desarrollo empresarial a escala y superar los desafíos de Covid-19. COVID19 obligó a las organizaciones a cambiar sus modelos para funcionar en un mundo digital. Por ejemplo, una institución de microfinanzas cambió sus reuniones presenciales a virtuales para mantenerse en contacto y continuar brindando sus servicios educativos y de salud. Sin experiencia previa, las organizaciones se adaptaron rápidamente a herramientas digitales como WhatsApp, mensajes telefónicos pregrabados, sesiones virtuales de trabajo en Zoom, capacitaciones en Facebook Live y videos elaborados para WhatsApp. Para aquellas sin acceso a Internet, se les brindaron servicios de coaching y asesoría por teléfono y se distribuyeron materiales impresos y en un caso incluso se utilizó la radio. Otras organizaciones dieron un paso más allá y establecieron asociaciones para proporcionar tabletas y datos a mujeres emprendedoras para reducir la brecha digital.

“Estamos enfocados en cómo podemos digitalizar nuestros servicios pero es difícil porque nuestras clientes no tienen teléfonos inteligentes, no todas tienen su propio teléfono, o puede ser de la familia o de su hijo. Hemos aprendido que necesitamos ayudar a nuestras clientas con alfabetización digital para estar mejor posicionadas para aprovecharlo en el futuro, el acceso a la información es muy importante en temas de género y es una desigualdad para las mujeres”.

Caitlin Scott, Friendship Bridge

C. Predicando con el ejemplo: La promoción de la igualdad de género y la diversidad dentro de las organizaciones de apoyo

Mediante una mirada introspectiva, las organizaciones están tomando la inclusión de género en consideración en sus políticas internas y en sus prácticas en el lugar de trabajo, evidenciado por iniciativas como las políticas de género y los esfuerzos para aumentar la diversidad de liderazgo. Si bien la excepción es más que la norma, algunas organizaciones se están comprometiendo con una estrategia o política formal de género para guiar su trabajo. Una política de género formalizada es fundamental para crear un entendimiento compartido de la igualdad de género y para trabajar hacia la igualdad de género en la práctica. De las organizaciones entrevistadas, solo dos cuentan con una política de género y dos mencionan la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres en su misión y/o visión.

La encuesta encontró que el **38% de las organizaciones encuestadas están dirigidas por una mujer (es decir, una mujer ocupa un puesto de alto nivel, de Directora Ejecutiva, Directora General o Presidenta)**, lo que está alineado con el objetivo del “2x Challenge” del 20-30% en la alta dirección.⁴⁸ Esto demuestra que hay una presencia significativa de mujeres en el liderazgo, lo que puede generar cambios en el desempeño de los empleados, la toma de decisiones y los resultados financieros en general para las organizaciones.

Algunas organizaciones están promoviendo la equidad de género y la diversidad internamente así como en sus programas, pero esto todavía no es la norma. El avance interno es evidente a través de la presencia de mujeres en altos cargos directivos y la creación de políticas y estrategias de inclusión de género. Estos cambios, entre otros, demuestran el compromiso de adoptar la igualdad de género dentro de las prácticas internas de las organizaciones, lo que puede allanar el camino para avanzar en su trabajo en género. A pesar de esto, el pequeño número de organizaciones que realmente ‘predican con el ejemplo’ revela que hay un trabajo significativo por hacer para aumentar los derechos de las mujeres en el lugar de trabajo y, a su vez, crear resultados sociales y económicos positivos para quienes se encuentran en el ecosistema emprendedor rural.

Se están realizando esfuerzos para aumentar la equidad en los equipos y en el liderazgo. Un hito clave en el camino hacia la igualdad de género es la representación equitativa de mujeres y hombres en el liderazgo y en los equipos. Las organizaciones entrevistadas hablaron sobre cómo pretenden lograr la diversidad de género en su fuerza laboral y en los equipos de liderazgo. Muchos consisten en una alta participación de mujeres en su fuerza laboral, incluyendo sus equipos de liderazgo, específicamente que haya mujeres en puestos de dirección (C-Suite) y/o en su junta directiva. Según la encuesta Mapeo del Ecosistema de Guatemala llevada a cabo por ANDE, el 39% de las organizaciones que brindan apoyo al emprendimiento rural son dirigidas por mujeres. Ciertas organizaciones también están demostrando avance en este espacio, con Fundap estableciendo una cuota de 50/50 para mujeres en puestos de liderazgo.

“Tenemos una política de diversidad de género que busca tener más del 60% de mujeres en la organización y 50-50 en puestos de liderazgo. Esto ha sido intencional, existe un programa de capacitación y promoción muy sólido para el personal que tiene como objetivo garantizar que los hombres, así como las mujeres, estén calificados. Existe una corriente especial para las madres solteras como empleadas y, si son competentes, se les da prioridad. Disponemos de vales para la educación de sus hijos, bonificaciones de incentivo para su propio desarrollo profesional”.

⁴⁸ El desafío 2x es un compromiso y un conjunto de criterios relacionados para inspirar al G7 y otras instituciones financieras de desarrollo a invertir en las mujeres del mundo, a través de un financiamiento innovador. Lea más [aquí](#).

Las mujeres siguen estando subrepresentadas en algunos puestos y las organizaciones están motivadas para abordar esta situación. Pese al impulso para llegar a más mujeres y diversificar la fuerza laboral, las mujeres están subrepresentadas de manera desproporcionada en varios puestos en todo el ecosistema emprendedor rural. Varios informantes clave subrayan este punto y muestran el deseo de reclutar y retener mujeres, pero se enfrentan a obstáculos para lograrlo. La problemática es multifacética y requiere la comprensión de las barreras singulares que impiden tanto la entrada como la continuación de estas vías de empleo. Las organizaciones demuestran conciencia de que deben tomar acciones afirmativas para incrementar la participación de las mujeres, particularmente en puestos como promotoras de crédito y agrónomas. Para llegar a más mujeres, las organizaciones identificaron una serie de acciones coordinadas con las que están comprometidas. Entre aquellas mencionadas, se encuentran: proporcionar transporte y establecer cupos para mujeres, crear descripciones de puestos con lenguaje incluyente y aperturas publicitarias a través de vías no tradicionales.

“Queremos más facilitadoras [oficiales de crédito] porque es más fácil para mujeres similares entender a otras mujeres, pero es difícil encontrar mujeres que puedan conducir un automóvil o una motocicleta [debido al contexto cultural] para llegar a los lugares donde se encuentran nuestras clientas. Es por eso que buscamos formas de capacitar a nuestras empleadas para que aprendan a usar una motocicleta, proporcionando incentivos y asistencia financiera, en lugar de aceptar que tendríamos que contratar hombres”.

Caitlin Scott, Friendship Bridge



“En Technoserve nos gusta que haya equidad a la hora de postular a puestos. Cuando contratamos para puestos técnicos van a postularse más hombres porque hay más hombres agrónomos, pero nos esforzamos para que haya igualdad de condiciones para mujeres y hombres participar. Tenemos que buscar formas alternativas de llegar a las mujeres”.


Eduardo Ruata, Technoserve

Realizar acciones para apoyar la igualdad de género en el lugar de trabajo. Aunque pocas organizaciones tienen una política de género, todas ellas mencionaron tener políticas y prácticas adicionales que profundizan en cómo la discriminación y la desigualdad afectan de manera desproporcionada a las mujeres en el lugar de trabajo. Estas incluyen: políticas sobre la lucha contra la discriminación, el acoso sexual, por la igualdad de remuneración por el mismo trabajo y el apoyo proporcionado para satisfacer las necesidades de los padres y cuidadores principales, como la flexibilidad laboral y las becas para la educación de los niños.

“Nos esforzamos por promover la igualdad de género dentro de nuestro equipo, enfocándonos en conjuntos de habilidades para crear sistemas de contratación inclusivos. Tenemos un equipo pequeño y tratamos de ser muy flexibles, por ejemplo, una de nuestras asociadas de inversión fue nuestro primer caso de baja por maternidad y eso nos llevó a cambiar nuestros procesos internos”.

Daniel Granada, Pomona Impact





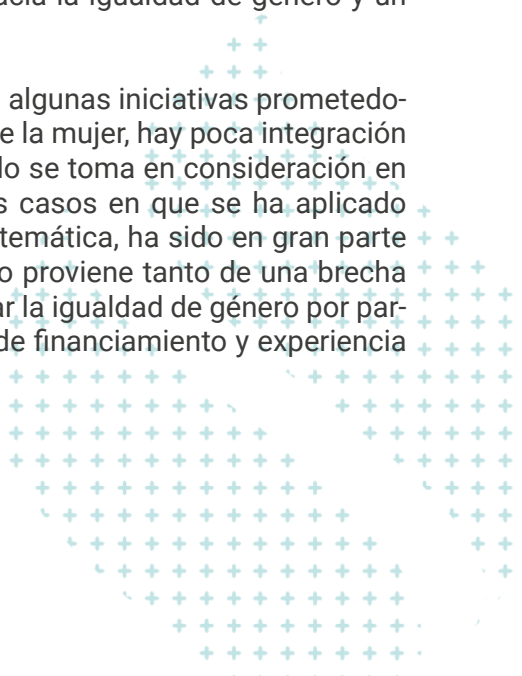
V. Los obstáculos: ¿Qué impide que las organizaciones de apoyo trabajen con mayor profundidad en materia de igualdad de género?

Las organizaciones de apoyo han realizado un esfuerzo coordinado hacia la igualdad de género, pero todavía queda mucho por hacer. Esta sección describe una serie de desafíos que afectan a las organizaciones de apoyo y obstaculizan su avance. Desde las limitaciones de recursos y la falta de experiencia en la inclusión de género hasta la desigualdad sistémica prevaleciente en Guatemala, las organizaciones de apoyo enfrentan gran cantidad de barreras en sus esfuerzos para ayudar a que las mujeres en Guatemala logren la igualdad.

A. Diseño y enfoque del programa

Hay voluntad pero falta la forma de aplicar una perspectiva de género. Las organizaciones que participaron en la reunión para validar los datos con ANDE para este mapeo, señalaron que tienen la intención de mejorar la inclusión de género en Guatemala a través de sus programas pero no comprenden los pasos prácticos que necesitan tomar para lograrlo. Una consecuencia más de esto es que carecen de un marco con un compromiso formal con el género, como una estrategia de género y políticas incluyentes. Esto da como resultado la falta de un camino claro hacia la igualdad de género y un enfoque no sistemático para abordarlo.

Falta de integración e incorporación de género. Pese a algunas iniciativas prometedoras hacia la inclusión de género y el empoderamiento de la mujer, hay poca integración de género en todos los programas y, por lo general, solo se toma en consideración en los programas para mujeres o mujeres rurales. En los casos en que se ha aplicado un enfoque de inclusión de género de manera más sistemática, ha sido en gran parte como resultado de los requisitos de los donantes. Esto proviene tanto de una brecha de conocimiento en términos de lo que significa abordar la igualdad de género por parte de las organizaciones de apoyo, como de una falta de financiamiento y experiencia técnica para cerrar esa brecha.



B. Brechas de apoyo al ecosistema emprendedor

Falta de financiamiento para las empresas rurales y, en particular, para las empresas dirigidas por mujeres. El 65% de los que respondieron la encuesta de ANDE mencionaron la “falta de financiamiento para inversiones en la etapa inicial” como uno de los principales desafíos para el ecosistema rural de Guatemala, y el Mapeo da cuenta de una falta general de productos y servicios para los sectores rural y PYME en general. Independientemente de si las mujeres son emprendedoras, proveedoras o empleadas, esta restricción de acceso al financiamiento tiene consecuencias negativas para la capacidad de las empresas rurales de todo tipo de crecer e impulsar el crecimiento económico sostenible. Si bien el Mapeo no recolectó específicamente datos sobre el acceso al financiamiento para las empresas dirigidas por mujeres, los informantes clave señalaron que es más probable que las mujeres dirijan empresas más pequeñas y en etapas tempranas. Por lo tanto, esta falta de financiamiento en una etapa temprana identificada puede afectar de manera desproporcionada a las mujeres, quienes también tienen menos acceso al apoyo de los bancos y de las instituciones financieras tradicionales.

Las normas culturales y los roles de género obstaculizan el trabajo de las organizaciones de apoyo para promover la igualdad de género, especialmente en las zonas rurales. La participación de las mujeres en las actividades productivas se ve obstaculizada por el *machismo* (misoginia) y las expectativas en torno a los roles de género, lo que afecta su capacidad para participar plenamente en actividades económicas fuera del ámbito doméstico. De acuerdo con las organizaciones de apoyo entrevistadas, la carga que pesa sobre las mujeres en términos de cuidado y mantenimiento de la familia y la comunidad en general a través de actividades como el cuidado de personas dependientes, cocinar y buscar leña y agua, hace que las mujeres tengan mucho menos tiempo para el trabajo remunerado o para desarrollar un negocio o una carrera fuera del hogar. Las organizaciones de apoyo identificaron las normas culturales y los roles de género como una de las principales restricciones que enfrentan las mujeres para participar en la cadena de valor, debido al *machismo* que prevalece en la sociedad.

“Necesitamos identificar qué necesitan las mujeres para poder participar en estos procesos y hacerlos, si no, no participarán aunque el proyecto sea para ellas. Si tienen responsabilidades en casa, no podrán participar porque pueden generar problemas en casa con su esposo o pareja”.


Marisol Argueta, FundaSistemas

La brecha digital enfatizada por el COVID-19. La pandemia de COVID19 afectó el trabajo de las organizaciones de apoyo en Guatemala, ya que la mayoría tuvo que digitalizar la totalidad o parte de sus servicios para continuar operando durante el aislamiento, mientras que algunas cesaron sus actividades por completo. En lugares remotos donde la conectividad es deficiente y el acceso a la tecnología y la alfabetización son bajos, la digitalización es inherentemente más costosa y compleja. Las mujeres se ven afectadas de manera desproporcionada debido a la brecha de género en la tecnología y a la falta de acceso y control de los recursos. La pandemia también creó un nuevo panorama para las mujeres y las familias a nivel mundial, que vino con desafíos imprevistos. En particular para las mujeres, el confinamiento **disminuyó el tiempo disponible de las mujeres** a medida que aumentaba el trabajo de cuidado, lo que limitó significativamente el tiempo que tenían para participar en los programas.

Las mujeres en las zonas rurales se enfrentan a desafíos desproporcionados que requieren soluciones personalizadas. Según los participantes, los programas deben adaptarse para derribar las barreras que enfrentan las mujeres, como la falta de movilidad, las restricciones de tiempo por responsabilidades de cuidado y el nivel educativo que es generalmente más bajo para las mujeres rurales y aún más para las mujeres indígenas. Además, los programas deben diseñarse en lenguas indígenas, poner en práctica métodos pedagógicos personalizados para mejorar los resultados del aprendizaje y enseñar contenido que sea contextualmente relevante.

“En las zonas rurales los niveles de educación de las mujeres son bajos y, para muchas de ellas, el español es su segundo idioma y no tienen mucha confianza para interactuar en español, especialmente en temas de educación y formación. Existe una dificultad para participar en eventos de formación debido a la barrera del idioma y muchos programas de aceleración o cursos de emprendimiento no son apropiados en términos de nivel educativo. Por ejemplo, los servicios son en una sala, en una clase y para ellas es difícil sentarse y absorber el contenido, es mejor si la formación es participativa o uno a uno. Particularmente para las mujeres rurales, la tutoría a distancia no es muy exitosa, el acompañamiento individual es mejor ya que se adapta a su contexto”.

Caitlin Scott, Friendship Bridge



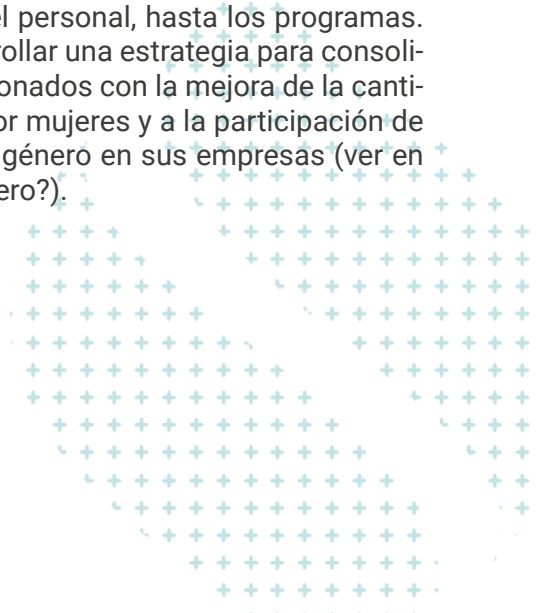
VI. Actuar: ¿Cómo pueden las organizaciones de apoyo trabajar más a fondo en materia de igualdad de género?

Hay una serie de puntos de entrada potenciales para que las organizaciones de apoyo tengan un impacto positivo en la igualdad de género en la Guatemala rural. En este informe, hemos identificado **12 formas clave en las que las organizaciones pueden ampliar su trabajo en materia de igualdad de género y generar resultados positivos para las personas, las comunidades, las empresas y sus organizaciones.**

Estos 12 puntos de entrada tienen como objetivo ser formas prácticas que se basarán en el trabajo que ya están realizando las organizaciones de apoyo de emprendimiento en Guatemala. Estos cambios comienzan con la identificación de las diversas necesidades y preferencias a fin de crear programas sólidos y procesos internos adaptados a las necesidades de las mujeres. Estas acciones deben tomarse como un punto de partida y para complementar un enfoque holístico que reconozca las normas culturales generalizadas que continúan impidiendo el progreso en materia de igualdad de género en Guatemala.

Ser intencional al aplicar una perspectiva de género

1. Comprometerse a invertir con una perspectiva de género. Ante todo, las organizaciones de apoyo deben establecer la intención de que se produzca el cambio. Aplicar una perspectiva de género requiere un compromiso con el aprendizaje y también con el desaprendizaje, desde el liderazgo organizacional y el personal, hasta los programas. Las organizaciones de apoyo pueden entonces desarrollar una estrategia para consolidar este compromiso con objetivos específicos relacionados con la mejora de la cantidad y la calidad del apoyo a las empresas dirigidas por mujeres y a la participación de las MIPYMES en la aplicación de una perspectiva de género en sus empresas (ver en Enfoque: ¿Qué son las empresas con enfoque de género?).





ENFOQUE:

¿Qué son las empresas con enfoque de género?

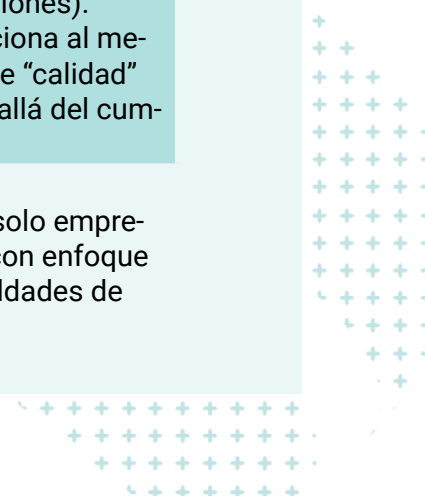


La definición de Value for Women de una “empresa con enfoque de género” va más allá de las medidas cuantitativas de la representación de las mujeres en el liderazgo y concuerda con las perspectivas de género descritas arriba. Por lo tanto, una empresa con enfoque de género es aquella que busca **intencionalmente** corregir las desigualdades de género proporcionando productos y servicios que cierren las brechas de género o que estén diseñados para satisfacer las necesidades específicas de las mujeres o de las niñas; y/o que apoya la equidad en el lugar de trabajo a través de políticas y prácticas internas que promueven la diversidad de género dentro de la fuerza laboral; y/o que fortalece la inclusión y la diversidad de la empresa en todas las operaciones y la cadena de valor.

De acuerdo con esta definición, una empresa con enfoque de género debe tener intencionalidad de perspectiva de género y cumplir por lo menos con uno de los siguientes criterios de perspectiva de género:

Intencionalidad de la perspectiva de género	Enfoque de perspectiva de género
<ul style="list-style-type: none"> ▶ La empresa tiene una misión u objetivo explícitamente enfocado en promover el bienestar de las mujeres y/o la igualdad de género (transformadora en materia de género); Y/O ▶ La empresa cuenta con una estrategia explícita dirigida a mujeres, niñas o igualdad de género. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Producto o servicio que beneficia específicamente a las mujeres. ▶ Modelo de negocio que brinda oportunidades específicas para las mujeres en la cadena de valor o beneficia a las mujeres en la cadena de valor (por ejemplo, contrataciones). ▶ El negocio proporciona al menos un indicador de “calidad” del desafío x más allá del cumplimiento.

Los inversionistas deben considerar “ir más allá” y buscar no solo empresas con una perspectiva de género, sino más bien empresas con enfoque de género que busquen intencionalmente corregir las desigualdades de género.



Comprender y abordar las necesidades específicas de las mujeres en los programas

2. Crear herramientas prácticas que mejoren la comprensión de las necesidades de las mujeres. La mayoría de las organizaciones entrevistadas mencionaron que para mejorar su trabajo sobre género en sus programas necesitan poder mejorar su comprensión de las necesidades diferenciadas de las mujeres. Para comprender estas necesidades y preferencias distintas, las organizaciones requieren herramientas prácticas para realizar evaluaciones de necesidades y luego utilizar esta información para realizar cambios a sus propias metodologías. Una forma de hacerlo es mediante el desarrollo de entrevistas rápidas, encuestas, grupos de enfoque y mecanismos de retroalimentación con las mujeres beneficiarias existentes y potenciales.

3. Desarrollar servicios de desarrollo empresarial basados en la comprensión de las necesidades de las mujeres emprendedoras. Usando las evaluaciones de necesidades de género, las organizaciones podrían modificar las metodologías que utilizan de manera que sean relevantes para las mujeres. Esto podría trasladarse a acciones concretas tales como: realizar capacitaciones en el idioma apropiado de las mujeres participantes y emplear diferentes métodos pedagógicos como el uno a uno y la tutoría, que se adapten más a las necesidades de aprendizaje de las mujeres. Además, estas capacitaciones podrían personalizarse directamente para las mujeres participantes y ofrecer temas donde exista una brecha de conocimiento para las mujeres, en habilidades blandas como liderazgo y negociación o habilidades técnicas en mercados, administración y agricultura.

4. Desarrollar opciones de financiamiento para satisfacer las necesidades de las mujeres emprendedoras rurales. Durante el taller de validación del Mapeo de ANDE, las organizaciones de apoyo mencionaron que la mayoría de las empresas dirigidas por mujeres que conocen son empresas que surgieron por necesidad, limitando su potencial de crecimiento. Muchas de estas organizaciones e informantes clave identificaron las barreras en el acceso al financiamiento como un obstáculo para el crecimiento de las MIPYME dirigidas por mujeres. Se necesitan más productos financieros personalizados para las MIPYMES, en particular para las micro y pequeñas empresas, complementados con servicios de desarrollo empresarial. En particular, existe la necesidad de mecanismos de apoyo híbridos que ayuden a identificar y financiar las microempresas impulsadas por oportunidades con potencial de crecimiento.

5. Los inversionistas de impacto deberían ampliar los criterios para llegar a más empresas sociales dirigidas por mujeres o con enfoque de género. En el caso de las empresas sociales o cooperativas, las organizaciones de apoyo observaron una brecha en las opciones de financiamiento entre las microempresas y las empresas en etapa temprana —en las cuales las mujeres están sobrerrepresentadas— y aquellas que se consideran listas para inversión. Para llegar a más mujeres emprendedoras, los inversionistas y las instituciones financieras deben desarrollar productos y criterios financieros que se adapten mejor a las necesidades de las empresas en etapa temprana o de las empresas más pequeñas que tal vez no puedan acceder a préstamos tradicionales o a productos de capital. En particular, las instituciones financieras deberían considerar la posibilidad de otorgar préstamos más pequeños, subvenciones reembolsables y/o

para empresas emergentes, o los productos financieros y de deuda basados en los ingresos podrían ser más adecuados para las empresas dirigidas por mujeres en las etapas tempranas. Es posible que estas empresas no tengan un modelo de alto crecimiento o que aún necesiten llegar a una etapa en la que puedan permitirse acceder al financiamiento tradicional de las PYME.

“Tenemos tres criterios que deben cumplir las empresas en las que invertimos, deben ser económicamente rentables, socialmente responsables y ambientalmente sostenibles. Muy pocas organizaciones cumplen con estos criterios, y menos aún las lideradas por mujeres. Si queremos crecer tenemos que abrirnos más, llegar a esas organizaciones más pequeñas, ayudarlas a crecer para que tengan el nivel para obtener el crédito mínimo que ofrecemos, que es de \$ 300.000”.

“Tenemos mujeres microempresarias que tienen potencial para crecer, les brindamos crédito individual y asistencia técnica adecuada a su negocio. Las mujeres en esta etapa muchas veces tienen desafíos muy específicos en su negocio que no les han permitido avanzar, como registrar su marca, su receta, o exportar; necesitamos apoyarlas en estos asuntos. Además, muchas veces necesitan activos muy costosos o necesitan hacer grandes inversiones, como remodelar su lugar de trabajo, por eso necesitan cantidades mayores, como capital semilla, para hacer crecer su negocio. Estamos en el proceso de crear un programa para este segmento. Creemos que si nos enfocamos en este segmento y las apoyamos para que se muevan al segmento SGB, puedan crear más puestos de trabajo y generar más ingresos ya su vez desarrollar las comunidades rurales”.

Caitlin Scott, Friendship Bridge

Superar la brecha digital a través de su programación

6. Mejorar o considerar la accesibilidad a Internet, la alfabetización digital y los dispositivos al desarrollar servicios de apoyo empresarial.

La pandemia evidenció aún más la brecha digital para las mujeres emprendedoras en la Guatemala rural. Una dependencia repentina de la tecnología digital junto con el acceso a Internet mostró la disparidad que se enfrenta en estas áreas y también la oportunidad de transformar estas empresas. La digitalización de los programas brinda una

oportunidad emocionante para llegar a más mujeres, pero la falta de acceso a dispositivos digitales y conectividad está obstaculizando los esfuerzos de las organizaciones de apoyo. Para resolver estos temas, las organizaciones deben considerar la aplicación de un enfoque multidimensional para abordar estas deficiencias, que incluyen: aumento de la alfabetización digital, accesibilidad a redes confiables y dispositivos digitales de calidad.

“La pandemia complicó el acceso a las personas en el terreno, aquí en Guatemala donde la conectividad es mala, en las zonas rurales es aún peor, eso limitó el acceso de las personas, en mayo y abril intentamos hacer adaptaciones para hacer procesos virtuales pero fue muy complicado debido a al acceso a internet. En cuestiones de género, se estableció una red con otras organizaciones para facilitar la conectividad, Internet, el préstamo de tabletas y el suministro de datos”.

Jaime Vargas, Swisscontact

Generar conocimientos y habilidades para aplicar una perspectiva de género.

7. Realizar capacitaciones en sensibilización de género para mujeres y hombres emprendedores. Como parte de los servicios de desarrollo empresarial, es fundamental tomar medidas para sensibilizar a hombres y mujeres sobre cómo la aplicación de una perspectiva de género puede mejorar los resultados empresariales y sociales. La capacitación podría centrarse en aplicar los principios del *Business First Approach to Gender Lens Investing* de Value for Women:

- Comprender las necesidades y aspiraciones diferenciadas de las mujeres en la fuerza laboral, la cadena de valor y el mercado para desarrollar soluciones comerciales con perspectiva de género;
- Centrarse en el caso empresarial para invertir con una perspectiva de género (por ejemplo, hacerlo porque es bueno para los ingresos empresariales y para el impacto social);
- Adoptar un enfoque “de abajo hacia arriba” centrado en identificar primero los problemas empresariales o sociales y luego aplicar una perspectiva de género a las soluciones; e
- Incluir oportunidades de financiamiento, conceptos y métricas de inversión con perspectiva de género como parte de los programas de capacitación para inversionistas de impacto y para empresas sociales.

Además, las organizaciones, en particular las que trabajan con grupos de productores o cooperativas agrícolas, pueden desarrollar talleres para abordar las normas negativas de género. Ya que si no se cambian las percepciones sobre el papel de las mujeres en la esfera personal y profesional y cómo se entrecruzan, se impondrán continuamente restricciones al movimiento y a la participación de las mujeres en la fuerza laboral, lo que limitará su participación plena y significativa.

Los temas potenciales para las capacitaciones incluyen:

- Desafiar las normas y los estereotipos masculinos típicos para crear relaciones saludables y más igualitarias;
- Destacar la importancia del liderazgo de la mujer en las empresas y organizaciones de productores;
- Atender las necesidades de las mujeres más vulnerables en zonas con alto potencial de sufrir los efectos negativos del cambio climático y los desastres naturales.

“Muchas veces [la baja participación de las mujeres] se debe al tema cultural, a que ‘mi marido no me da permiso, no quiero que me miren mal, que piensen que estoy haciendo otras cosas’. Es importante encontrar la forma de romper estas barreras, de cambiar la forma de pensar, pero desde esta perspectiva. Que ellas mismas deconstruyan esto poco a poco”.

8. Aplicar las lecciones aprendidas para promover la inclusión de género e integrarlas de manera holística. Existe una gran cantidad de conocimientos dentro de estas organizaciones que deben organizarse y racionalizarse. La mayoría de las organizaciones participantes cuentan con una experiencia significativa trabajando con mujeres en programas centrados en ellas y conocen lo que funciona para lograr impactos positivos en las mujeres, en sus familias y en la comunidad. Sin embargo, sigue siendo un desafío cerrar la brecha entre la teoría y la práctica, para permitir la replicación en todos sus programas. Para aplicar efectivamente los aprendizajes, las organizaciones necesitan herramientas de medición y evaluación para replicar modelos exitosos, particularmente aquellos que no fueron diseñados específicamente para mujeres.

“Tenemos un fondo donde hay una participación mayoritaria de las mujeres, nos gustaría poder sistematizar lo que hicimos para lograrlo y nuestros avances en la inclusión de género, particularmente en el acceso al financiamiento para las mujeres y así poder replicarlo en todos nuestros programas y posicionarnos en la región”.

Ana Gabriela Chinchilla, Alterna

Crear alianzas para promover la igualdad de género

9. Fortalecer la colaboración en temas de género entre organizaciones de apoyo. Existe una sólida red de organizaciones que pueden actuar como un centro para intercambiar conocimientos y crear visibilidad de historias positivas de cambio. Por ejemplo, las redes de emprendedores presentan una gran plataforma donde se pueden realizar eventos tanto online como offline y las partes interesadas pueden compartir experiencias, buenas prácticas, aprendizajes y metodologías donde se ha aplicado una perspectiva de género.

10. Brindar acceso a apoyo financiero dedicado a la inclusión de género. Las organizaciones necesitan financiamiento que se delegue específicamente para aplicar una perspectiva de género. Este financiamiento puede apoyar la inclusión de género en sus programas, para identificar las necesidades de las mujeres y, a su vez, crear nuevas herramientas y metodologías que respondan a estas necesidades. Un financiamiento suficiente podría derribar las barreras para lograr una participación más activa de las mujeres como empleadas, clientas, productoras y líderes. Las subvenciones para la equidad de género brindan un ejemplo prometedor de cómo ejecutar financiamiento dedicado con una perspectiva de género y los posibles resultados de esto. Las oportunidades de financiamiento focalizado como estas brindan a las organizaciones los recursos para abordar el género de manera integral.

“Necesitamos tiempo y recursos para identificar las necesidades de las mujeres, específicamente recursos para superar las barreras culturales, no solo para capacitación.. Tiene que haber un cambio sistémico para que funcione un programa de inclusión de la mujer en el área rural”.

David Martínez, FundaSistemas

Promover el género y la diversidad en el lugar de trabajo

11. Identificar y apoyar las necesidades de los padres en los lugares de trabajo. El trabajo flexible se generalizó con el inicio de la pandemia de COVID-19. Sin embargo, también trajo otros grandes cambios en la forma en que vivimos en nuestros hogares e interactuamos con otros miembros de nuestra familia. Como resultado, las organizaciones se enfrentaron a nuevos desafíos con la carga de trabajo de los empleados, debido a la educación en el hogar u otras tareas derivadas del panorama cambiante. Los nuevos deberes, como enseñar a los niños desde el hogar, generalmente han recaído en las mujeres, lo que contribuye a la carga dispar que ya llevan las mujeres. Varias organizaciones señalaron esto como un desafío clave que afectó el desempeño em-


presarial y afectó de manera desproporcionada a las mujeres. Pese a esto, no lograron realizar cambios importantes en sus prácticas para adaptarse a las diferentes necesidades. Para crear una participación más incluyente e igualitaria, los lugares de trabajo podrían considerar implementar políticas y prácticas laborales flexibles y brindar apoyo a los cuidadores primarios.

“El equipo de trabajo no se afectó, nos enviaron a la casa matriz y se siguieron las operaciones de manera virtual. Hubo dificultades para las mujeres, una gran cantidad de colaboradoras tienen hijos quienes ahora reciben clases desde casa porque las escuelas cerraron. Tuvimos que hacer un mayor esfuerzo para no perder rendimiento. He hablado con compañeros y me han dicho que al principio era muy difícil organizarse”.

Lesly Estrada, Cámara de Industria de Guatemala

12. Implementar procesos incluyentes para promover la diversidad en los equipos de trabajo. Los lugares de trabajo pueden desarrollar aún más sus prácticas incluyentes mediante la integración de estrategias de contratación y retención con inclusión de género. Los posibles procesos de contratación incluyen: el desarrollo de descripciones de puesto incluyentes, el aprovechamiento de canales para llegar a más mujeres y un compromiso explícito con la igualdad de género. Además, las organizaciones pueden introducir procesos para el avance en la carrera de las empleadas actuales, como evaluaciones de desempeño estandarizadas, planes de carrera y programas de liderazgo. Juntos, estos pasos contribuirán a una mayor diversidad en los equipos de trabajo y el liderazgo organizacional y darán como resultado mejores resultados sociales y comerciales en general.





Conclusión

Abundan las oportunidades para que las organizaciones de apoyo transformen el ecosistema emprendedor rural y promuevan la igualdad de género. Sin embargo, es evidente que las **mujeres emprendedoras en la Guatemala rural no están comenzando en igualdad de condiciones**. Las desigualdades sistémicas han propiciado una situación en la que las mujeres se enfrentan a barreras que simplemente no existen de la misma manera para los hombres. Esto se exagera aún más **para las mujeres rurales indígenas, donde las desigualdades y la discriminación se entrecruzan para crear un entorno donde se estanca el crecimiento**.

Las organizaciones de apoyo ya han comenzado a cambiar esta realidad. Muestran una motivación clara y comprenden algunos de los beneficios de invertir en las mujeres, pero esto debe traducirse en acciones tangibles. Se debe adoptar un enfoque más amplio que exclusivamente aquel de la empresa dirigida por mujeres, es decir, reconocer a las mujeres como clientas, proveedoras y empleadas. **Las organizaciones de apoyo pueden transformar las prácticas internas, fortalecer y diversificar las cadenas de valor y crear productos y servicios en beneficio de las mujeres.**

Para realizar este cambio, las organizaciones de apoyo deben **ser intencionales y adoptar un enfoque que reconozca las desigualdades interseccionales** que hacen retroceder a las mujeres. Además, necesitan tiempo dedicado, recursos financieros y experiencia técnica para aplicar metodologías que sean relevantes para el contexto.

Es importante destacar que las organizaciones de apoyo no están solas en este viaje. Existe una sólida red de apoyo al emprendimiento que puede fomentar esta transición, alentando y destacando las mejores prácticas que **van más allá del status quo y reconocen el contexto individual, respetan la diversidad y celebran las diferencias**.





Acerca de Value for Women

Value for Women (VfW) es una empresa social global dirigida por mujeres que trabaja en estrecha colaboración con socios para diseñar e implementar investigaciones, programas de asistencia técnica, evaluaciones, herramientas e iniciativas combinadas de desarrollo de capacidades en África, Asia y América Latina centradas en la inversión de impacto y el espacio de la pequeña y mediana empresa (PYME). VfW ayuda a las organizaciones a promover la inclusión de género. Creemos que las mujeres son impulsoras clave del crecimiento económico y social, y que la inclusión de las mujeres es esencial para obtener mejores resultados comerciales. Identificamos y probamos nuevas soluciones que fomentan la inclusión mientras liberamos el poderoso potencial económico que tienen las mujeres. Específicamente, apoyamos a los inversionistas que buscan rendimientos empresariales y sociales en diversos sectores, como las finanzas, la agricultura y las energías limpias, proporcionándoles asistencia técnica y de investigación.



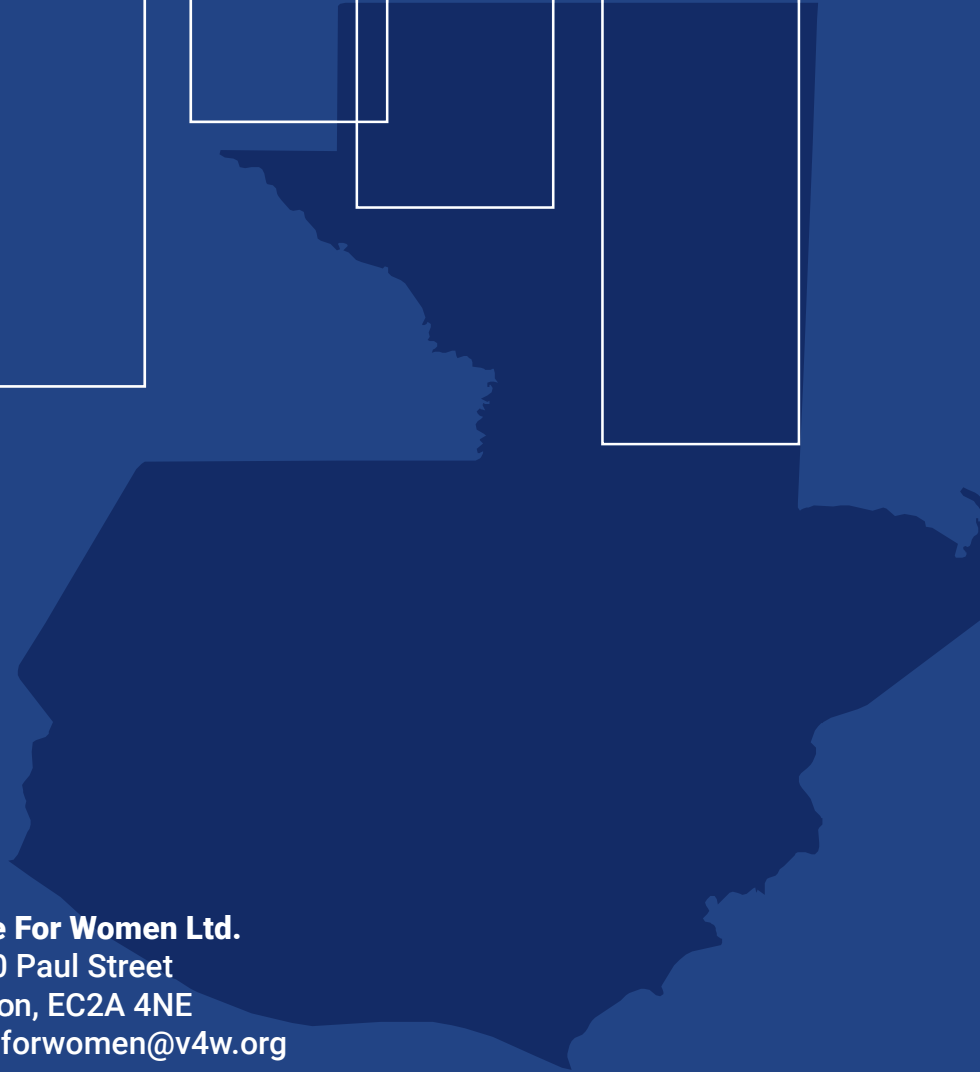
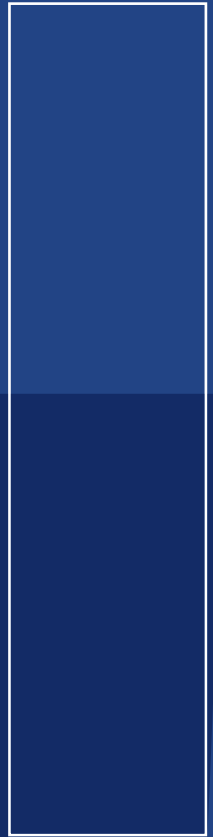
Acerca de ANDE

La **Red Aspen de Emprendedores para el Desarrollo (ANDE)** es una red global de organizaciones que impulsan el espíritu emprendedor en los mercados emergentes. Los miembros de ANDE brindan servicios críticos de apoyo financiero, educativo y empresarial a pequeñas empresas en crecimiento (SGB por sus siglas en inglés) basados en la convicción de que las SGB crearán empleos, estimularán el crecimiento económico a largo plazo y producirán beneficios ambientales y sociales. Visite www.andeglobal.org para obtener más información.

Acerca del modelo de filantropía de Walmart



Walmart.org representa los esfuerzos filantrópicos de Walmart y la Fundación Walmart. Al apoyarnos en donde nuestro negocio tiene fortalezas únicas, trabajamos para abordar problemas sociales clave y colaborar con otros para generar un cambio sistémico duradero. Walmart tiene tiendas en 27 países, emplea a más de 2 millones de asociados y hace negocios con miles de proveedores que, a su vez, emplean a millones de personas. Walmart.org está ayudando a las personas a vivir mejor al apoyar programas que funcionan para acelerar la movilidad laboral ascendente para los trabajadores de primera línea, combatir el hambre y hacer realidad alimentos más saludables y cultivados de manera más sostenible, así como para construir comunidades fuertes donde Walmart opera. Para saber más, visita www.walmart.org o encuéntrenos en Twitter @walmartorg



VALUE
FOR
WOMEN

Value For Women Ltd.
86-90 Paul Street
London, EC2A 4NE
valueforwomen@v4w.org