



Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer



Emprendimiento Económico de Mujeres y Acceso al Crédito en Panamá

ANA ELVIRA PATIÑO MARTINEZ
Consultora

EQUIPO DE INVESTIGACIÓN:
JORGE CASTILLO M.
ELÍAS LÓPEZ
BAUDILIO MÁRQUEZ A.
VIRGINA VERGARA C.

Emprendimiento Económico de Mujeres y Acceso al Crédito en Panamá

Panamá, 2010



UNIFEM es el Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer, suministra asistencia técnica y financiera para programas y estrategias innovadoras que promueven los derechos humanos, la participación política y la seguridad económica de la mujer. Dentro del Sistema de las Naciones Unidas, UNIFEM promueve la igualdad de género y vincula los asuntos y las preocupaciones de la mujer a las agendas nacionales, regionales y mundiales al fomentar la colaboración y proporcionar sus conocimientos técnicos sobre la inserción del género y estrategias para la potenciación de la mujer.

El Programa "Creando capacidades para el análisis de género de las economías de la región y condiciones para el posicionamiento de la agenda de las mujeres en la nueva etapa de la apertura económica" conocido como la Agenda Económica de las Mujeres (AGEM), es un programa del Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer (UNIFEM) con la colaboración del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), financiado por la Agencia Sueca de Cooperación Internacional para el Desarrollo (ASDI).

La Agenda Económica de las Mujeres se propone aportar instrumentos y herramientas que permitan generar y potenciar las capacidades de análisis de género en temas macroeconómicos en un contexto de integración centroamericana y apertura económica, y actualmente de crisis económica internacional.

Emprendimiento económico de mujeres y acceso al crédito en Panamá.
Panamá, 2010.

ISBN 978-1-936291-03-8

Investigadores:

Ana Patiño, Jorge Castillo M., Elias López, Baudilio Márquez A. y Virginia Vergara.

Coordinación General:

Juana Camargo

Editora:

Ileana Gólcher

Corrección de Estilo:

Myrna Tristán de Rodríguez

Diagramación:

Bruno Luiz dos Santos

Impresión:

Ciudad de Panamá

© Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer, 2010.

Oficina Regional para México, Centroamérica, Cuba y República Dominicana

Presidente Masaryk No. 29 Piso 7, Polanco 11570, México, D. F.

Tel. (52 55) 5263-9808

Fax: (52 55) 5203-1894

Sitio: www.unifem.org.mx

Las opiniones manifestadas en esta publicación corresponden a las (os) autores y no necesariamente reflejan las de UNIFEM, Naciones Unidas o de las organizaciones que patrocinan la obra.

- Mujeres en la industria
- Mujeres ejecutivas
- Trabajo de la mujer - Panamá
- Mujeres en Panamá

SPA
331.4
Em 75
2010
e.1

1.7N171950

INDICE GENERAL

INDICE DE TABLAS.....	2
INDICE DE CUADROS.....	3
PRESENTACIÓN.....	4

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

1.1. Marco Conceptual.....	5
1.1.1. Problema.....	5
1.1.2. Objetivos.....	5
1.1.2.1. Generales.....	5
1.1.2.2. Específicos.....	5
1.1.3. Antecedentes.....	6
1.1.4. Justificación.....	8
1.2. Marco Metodológico.....	10
1.3. Marco Teórico.....	11
1.3.1. Empoderamiento Femenino.....	11
1.3.2. Microempresarias vs Emprendedoras.....	13

CAPÍTULO 2: PANORAMA MICROEMPRESARIAL EN PANAMÁ

2.1. Participación del sector microempresarial en Panamá.....	17
2.2. Políticas Públicas e Iniciativas de Apoyo a las Micro y Pequeñas empresas.....	19
2.2.1. Ley 13 de 1973.....	20
2.2.2. Ley 4 de 1994.....	20
2.2.3. Ley 8 del 2000.....	21
2.2.4. Ley 33 de 2000.....	22
2.2.5. Ley 10 de enero de 2002.....	25
2.2.6. Decreto 36 de 2006.....	25
2.3. Otras iniciativas de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas.....	26

2.3.1. Red Panameña de Microfinanzas	26
2.3.2. Iniciativas de Donantes.....	27
2.4. La Neutralidad de género en la política pública.....	27
2.4.1. Normativa Jurídica de especial interés para la mujer.....	28
2.4.2. La Mujer y los Objetivos del Milenio.....	30
2.4.3. Participación de la mujer en los Tratados de Libre Comercio.....	31
2.5. Mercado de Microfinanzas en Panamá.....	32
2.5.1. Instancias gubernamentales involucradas.....	34
2.5.2. Marco regulatorio de instituciones microfinancieras.....	35
2.5.3. Ventajas y ofertas de mercado microfinanciero para las mujeres.....	36
2.5.3.1. Entidades financieras adscritas a PROFIPYME.....	36
2.5.3.2. Entidades adscritas a la REDPAMIF.....	40

CAPÍTULO 3: EL ROSTRO FEMENINO DEL EMPRENDIMIENTO ECONÓMICO EN PANAMÁ

3.1. Las Mujeres en el mercado laboral en Panamá.....	44
3.1.1. Población femenina económicamente activa.....	44
3.1.2. La mujer como actora económica.....	47
3.2. La Mujer y su aporte al proceso productivo.....	49
3.2.1. Activos intangibles de las mujeres emprendedoras.....	50
3.2.2. Relación Mujer Emprendedora y Ama de Casa.....	50
3.2.3. Relación economía productiva y reproductiva de las mujeres emprendedoras.....	51

CAPÍTULO 4: CARACTERIZACIÓN DE EMPRENDIMIENTOS FEMENINOS EN PANAMÁ

4.1. Estudio de Caso Urbano: Mujeres de San Roque.....	53
4.1.1. Perfil de la Región.....	53
4.1.1.1. Aspectos generales de la provincia de Coclé.....	53
4.1.1.2. Aspectos generales del distrito de Aguadulce.....	54
4.1.2. Georeferenciación.....	55
4.1.3. Emprendimiento.....	56
4.1.3.1. Historia y trayectoria de la organización.....	56
4.1.3.2. Tipificación de la actividad.....	57
4.1.3.3. Responsabilidad social.....	58
4.1.3.4. Aspectos generales del emprendimiento.....	58
4.1.4. Historia de vida de lideresa de la organización.....	59

4.2. Estudio de Caso Rural: Mujeres Artesanas de Arimae.....	61
4.2.1. Perfil de la Región.....	62
4.2.1.1. Aspectos generales de la provincia de Darién.....	62
4.2.1.2. Aspectos generales del distrito de Chepigana.....	63
4.2.2. Georeferenciación.....	64
4.2.3. Emprendimiento.....	65
4.2.3.1. Historia y trayectoria de la Organización.....	65
4.2.3.2. Tipificación de la actividad.....	67
4.2.3.3. Responsabilidad social.....	68
4.2.3.4. Aspectos generales del emprendimiento	6
8	
4.2.4. Historia de vida de lideresa de la Organización.....	71

CAPÍTULO 5: PROPUESTA DE POLÍTICAS PÚBLICAS CON ENFOQUE DE GÉNE-RO PARA LOS MICROEMPRESARIOS RECONOCIDOS

5.1. Mecanismos pertinentes para impactar en las mujeres emprendedoras.....	74
5.2. Propuesta de Políticas Públicas.....	75
5.3. Estrategia para visibilizar los emprendimientos reconocidos.....	77
5.4. Vinculación de la Academia con los emprendimientos femeninos.....	78
5.4.1. Observatorio.....	78
5.4.2. Capacitaciones.....	78
 CONCLUSIONES.....	 79
 BIBLIOGRAFÍA.....	 82
 ANEXOS.....	 85

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1	Resumen de eventos internacionales desarrollados por el fondo de desarrollo de las naciones unidas para la mujer. UNIFEM.....	6
Tabla 4.1	Coordenadas de la Empresa Delicias y Ricuras Caseras.....	55
Tabla 4.2	Coordenadas de algunas de Las Socias de la Organización Mujeres de San Roque.....	55
Tabla 4.3	Taller realizado a las “Mujeres De San Roque”, en la provincia de Coclé, Rep. de Panamá, 2008.....	60
Tabla 4.4	Coordenadas de la Tienda de Artesanías de Arimae.....	64
Tabla 4.5	Coordenadas de algunas de las socias de la Organización Mujeres de Arimae.....	65
Tabla 4.6	Taller realizado a las “Mujeres Artesanas de Arimae”, Provincia de Darién, Rep. de Panamá, 2008.....	70

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 2.1	Población ocupada en el sector micro y pequeña empresa, por sexo en la república de Panamá. período: 2005-2007	18
Cuadro 2.2	Micro, pequeña y medianas empresas registradas en la Autoridad de la micro y pequeña empresa, por actividad, estado y año. período: 2000-2008.	19
Cuadro 2.3	Préstamos garantizados por el Programa de Financiamiento para la Micro y Pequeña Empresa en Panamá. Período: 2001-2007	24
Cuadro 2.4	Normas que regulan a entidades microfinancieras en Panamá, por tipo de entidad y según capital. año: 2007	35
Cuadro 2.5	Garantías emitidas por el Programa de Financiamiento para la Micro y Pequeña Empresa a entidades microfinancieras en Panamá, según entidad, estatus y tipo de actividad y por sexo. año: 2007	37
Cuadro 2.6	Créditos otorgados por MICROSERFIN, en Panamá, según región, sexo y tipo de actividad. Año: 2006	38
Cuadro 2.7	Cobertura de préstamos de instituciones pertenecientes a La Red Panameña de Microfinanzas en la República de Panamá, Por Sexo. Año: 2006	41
Cuadro 3.1	Población de 15 años y más edad en la república, por sexo y según condición de actividad económica. años 2005-2007	44
Cuadro 3.2	Situación laboral de la población de 15 años y más en la República de Panamá, por sexo. Años: 2006-2007	45
Cuadro 3.3	Empleo informal y empleo en el sector informal de cinco países de América latina, por sexo, años: 2005 - 2006. En valores porcentuales	46
Cuadro 3.4	Población económicamente activa por condición de actividad productiva, en la República de Panamá. años: 2005-2007	47
Cuadro 3.5	Matrícula a nivel de pregrado en la Universidad de Panamá por sexo, según sede y semestre. Año: 2007	49
Cuadro 4.1	Datos generales de la provincia de Coclé, República de Panamá. año: 2005	53
Cuadro 4.2	Población del Distrito de Aguadulce, Provincia de Coclé, República de Panamá, Según Sexo, Por Corregimiento. Año: 2006	54
Cuadro 4.3	Indicadores de Desarrollo Humano en el Distrito de Aguadulce, Provincia de Coclé, por corregimiento. Año: 2000	54
Cuadro 4.4	Población ocupada y desocupada por sexo en la provincia de Darién, Provincia de Panamá, por Sexo. Año: 2007	62
Cuadro 4.5	Población del Distrito de Chepigana, Provincia de Darién, República de Panamá, según sexo, por corregimiento. Año: 2006	63
Cuadro 4.6	Indicadores de Desarrollo Humano en el Distrito de Chepigana, Provincia de Darién, por corregimiento. Año: 2000	64

PRESENTACIÓN

El estudio Emprendimiento Económico de Mujeres y Acceso al Crédito elaborado para la Agenda Económica de las Mujeres, por sus siglas AGEM (Programa de UNIFEM-PNUD) y bajo el auspicio de la Agencia Sueca para el Desarrollo Internacional (ASDI) tiene como objetivo principal diagnosticar la situación actual de los emprendimientos económicos de mujeres, asimismo realizar dos estudios de casos, uno en el área urbana, específicamente en la ciudad de Aguadulce, y otro en área rural-indígena, como es el caso del poblado de Arimae, en la provincia de Darién; estos diagnósticos incluyen un mapeo geo-referenciado.

La investigación narra y describe, al detalle, emprendimientos que apuntan hacia el interés legítimo de las mujeres de acceder no sólo al trabajo, sino a la riqueza, identificar los activos con los que cuentan en materia de bienes inmuebles, maquinaria, capacitación, inversión y ahorro. Es importante tomar en cuenta que las mujeres, por las asignaciones de roles y valoración que hace el sistema económico, social y cultural de su papel, ha estado privada de dichos activos y, en no pocos casos, posesiones heredadas por sus padres o familias pasan a ser registradas legal y socialmente, como pertenencia de sus cónyuges o hijos varones adultos, por lo que el análisis de los activos de las mujeres incorporan un conjunto de éstos intangibles, que favorecen la inserción de las mujeres en la micro banca, lo cual en algunos casos, es considerado como aval para la asignación de micro créditos. Este estudio, por tanto, contextualiza las experiencias económicas y los emprendimientos de estas mujeres –exitosas-, tanto del área urbana como del área rural, quienes por sus obvias limitaciones en el desarrollo conllevan un alto compromiso social aunado al componente humano.

El estudio documentó las principales dificultades y necesidades de las mujeres. El trabajo de localización geográfica de los emprendimientos reconocidos identificó el objetivo de los mismos, los primeros pasos realizados por las mujeres para crear emprendimientos se han innovado luego de varios años de instalados, de acuerdo con la organización del trabajo, los éxitos y tropiezos en el proceso, proveyendo información para todas las mujeres que están interesadas en emprender una empresa y salir de la pobreza convertidas en micro empresarias; con miras a evolucionar posteriormente de manera que se proyecten hacia la mediana o gran empresa. Resulta relevante señalar que la experiencia nos muestra que estas mujeres se sienten comprometidas con la transformación social y las reivindicaciones de las mujeres.

Asimismo, este estudio presenta una propuesta de estrategia que define mecanismos pertinentes para impactar en el acceso de las mujeres al emprendimiento con líneas de acción que le brinden confianza y reduzcan las barreras que el entorno económico masculinizado les impone.

Se proponen políticas públicas dirigidas al establecimiento de programas de emprendimientos económicos femeninos, como mecanismo idóneo, para la obtención de ingresos y mejoramiento de la calidad de vida de las mujeres. Se espera que estas políticas impulsen acciones que favorezcan, de manera sostenible, los emprendimientos femeninos.

Yira Pérez Naranjo

Decana Facultad de Economía - Universidad de Panamá

1.1. Marco Conceptual**1.1.1. Problema**

El acceso al crédito por parte de mujeres emprendedoras y el reconocimiento a dichos emprendimientos en Panamá.

1.1.2. Objetivos**1.1.2.1. Objetivos Generales:**

Realizar un diagnóstico territorial que revele la situación cualitativa y cuantitativa de los emprendimientos económicos de la mujer en Panamá, específicamente en ámbitos territoriales urbano y rural.

Diagnosticar el acceso a los programas y oportunidades que ofrecen las políticas públicas en un ámbito rural y urbano.

Mapear dos experiencias de los emprendimientos económicos reconocidos.

Visibilizar y dimensionar el trabajo de las mujeres en un estudio de caso de dos emprendimientos económicos.

1.1.2.2. Objetivos Específicos:

Identificar las políticas públicas existentes que promueven el emprendimiento económico de las mujeres en las áreas urbanas y rurales.

Visualizar la participación de las mujeres en las micro y pequeñas empresas, y las condiciones de esta inserción en los mercados.

Identificar los resultados y/o experiencias de programas de créditos de distintas entidades que hayan asignado fondos para emprendimientos de mujeres.

Visibilizar el aporte de las mujeres emprendedoras al bienestar del hogar y de su entorno comunitario.

Analizar el papel dinamizador de las mujeres emprendedoras de los saberes locales y de las economías locales.

Estimar el impacto de los aportes de las mujeres a la economía panameña por sector económico.

Analizar e incorporar información al sistema georeferenciado para la toma de decisiones e iniciativas a proponer.

Analizar el rol que ha jugado el Ministerio de Comercio e Industrias para insertar a las mujeres emprendedoras en las negociaciones del TLC.

1.1.3. Antecedentes

La utilización de la categoría género en el análisis económico ha revelado con claridad meridiana, la parcialidad del cuerpo teórico de la economía, tanto en la elección de los temas de investigación como en las explicaciones alcanzadas. Afortunadamente, esas lagunas se van superando desde hace algunos años con el reconocimiento de las diferentes posiciones sociales asignadas a hombres y mujeres en el acceso a los recursos y en la toma de decisiones; lo que ha llevado a los investigadores a utilizar el enfoque de género como una herramienta básica de su investigación. Lo anterior hace visibles a las mujeres en la economía, salen a la luz también las bases de desigualdad sobre las que está construido el sistema económico, evidencia las deficiencias de su funcionamiento y se reclama que las soluciones se obtengan con la contribución de todas las personas con independencia de cuál sea su sexo.

Desde la existencia de la Sociedad de Naciones en los años 30 las mujeres han planteado a los más altos niveles sus reivindicaciones contra la discriminación y para promover el avance legal y social de las mujeres. Esto ha motivado una serie de cumbres internacionales y demás esfuerzos, ahora desde las Naciones Unidas, para lograr compromisos entre los países miembros sobre políticas que promuevan la igualdad entre hombres y mujeres. Presentamos un resumen de algunos de los eventos más importantes en este tema:

Tabla 1.1 RESUMEN DE EVENTOS INTERNACIONALES DESARROLLADOS POR EL FONDO DE DESARROLLO DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA MUJER, UNIFEM.

Evento/organismo/Doc	Acuerdo/Objetivo	Fecha
Comisión Interamericana de Mujeres CIM	Asegurar el reconocimiento de los derechos civiles y políticos de la mujer.	1928
7ma. Conferencia Internacional Americana	Convención sobre la Nacionalidad de la Mujer	1933
Carta de las Naciones Unidas	Legitima los reclamos de igualdad de derechos entre hombres y mujeres, estableciendo "el respeto a los derechos humanos y a las libertades fundamentales de todos, sin hacer distinción por motivos de raza, sexo, idioma o religión".	1945
I Conferencia Mundial sobre la mujer	Proclamación por la Asamblea General del Decenio de las Naciones Unidas para la Mujer (1976-1985). Proclamación por la Asamblea General del Decenio de las Naciones Unidas para la Mujer (1976-1985).	1975
Asamblea General Naciones Unidas	Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer,	1979
II Conferencia Mundial sobre la mujer	Se aprobó un Programa de Acción para la segunda mitad del Decenio. Su objetivo fue evaluar el desarrollo del "Decenio para la Mujer", poniendo énfasis en temas relativos al empleo, salud y educación. Se plantea que las actitudes ancestrales que disminuyen el valor de la mujer, han determinado la virtual impunidad judicial de las personas que cometen actos de violencia contra sus familiares o mujeres confiadas al cuidado de instituciones"	1980

III Conferencia Mundial sobre la Mujer. Nairobi	Su objetivo fue evaluar los avances logrados y los obstáculos enfrentados durante el "Decenio de las Naciones Unidas para la Mujer". Se aprobó, por consenso, el documento denominado "Las Estrategias de Nairobi orientadas hacia el futuro para el adelanto de las mujeres hasta el año 2000";	1985
Cumbre sobre el medioambiente y el desarrollo	Reconoce el papel fundamental de las mujeres en la conservación y gestión del medio ambiente: "Las mujeres desempeñan un papel fundamental en la ordenación del medio ambiente y en el desarrollo. Es, por tanto, imprescindible contar con su plena participación para lograr el desarrollo sustentable" (Principio 20).	1992
Conferencia Mundial de los Derechos Humanos	En esta conferencia se produce un cambio fundamental en la teoría de los derechos humanos cuando, por iniciativa de las mujeres, se acepta que los derechos humanos pueden disfrutarse, tanto en el ámbito público como en el privado, y por lo tanto pueden violarse en ambos ámbitos. Hasta ese momento el sistema estaba basado en violaciones cometidas por los Estados y referidas al espacio político y social. Por primera vez, actos de particulares, ocurridos en el espacio privado, pueden originar responsabilidad estatal.	1993
Conferencia Internacional sobre Población y Desarrollo	Se produce una transformación del derecho de ciudadanía: en el Plan de Acción el reconocimiento de los derechos que se disfrutaban o niegan en el interior del hogar va ocupando cada vez más espacio en la concepción de los derechos humanos. También se establece que los servicios de orientación, educación y planificación familiar post-aborto "deben ser inmediatos para ayudar a prevenir abortos repetidos", y "debe considerarse la revisión de leyes de penalización contra las mujeres que han practicado abortos ilegales". Se reconoce que los derechos reproductivos son derechos humanos y que la violencia de género es un obstáculo para la salud reproductiva y sexual de las mujeres, la educación y el desarrollo. Convoca a los Estados a implementar la Declaración de la Eliminación de la Violencia Contra las Mujeres.	1994
IV Conferencia Mundial sobre la Mujer	Realizada en Beijing en septiembre de 1995, aprobó la Declaración de Beijing y una Plataforma de Acción. La Declaración comprometió a los gobiernos a impulsar, antes del término de siglo XX, las estrategias acordadas en Nairobi en 1985 y a movilizar recursos para su realización.	1995
Cumbre Mundial sobre Desarrollo Social	Se decide lograr la igualdad y la equidad entre el hombre y la mujer, reconocer y aumentar su participación y función directiva en la vida política, civil, económica, social y cultural.	1995
Período extraordinario de sesiones de la ONU, conocido como Beijing + 5	Se concentra en la elaboración de documentos nacionales, donde los gobiernos tomen en cuenta los mecanismos implementados, para el logro de las metas definidas en la Plataforma de 1995. Se logra ampliar las definiciones de Beijing, sobre violencia de género e incluir otras, sobre género y pobreza, además de género y economía. No fue posible abarcar con mayor firmeza las dimensiones de género del debate macroeconómico.	2000

Conferencia Mundial sobre el racismo, la discriminación racial, la xenofobia y las formas conexas de intolerancia	Se insta a los Estados a crear una nueva visión con perspectiva de género en el diseño y desarrollo de medidas de prevención, educación y protección para la erradicación del racismo en todos los niveles, a que desarrollen planes nacionales para la investigación de las condiciones actuales de las mujeres en las minorías, así como el establecimiento de mecanismos de seguimiento de acuerdo con los estándares internacionales de derechos humanos, y a que incluyan medidas concretas y remedios efectivos para la erradicación de múltiples formas de discriminación.	2001
Cumbre Mundial sobre la sociedad de la Información	El párrafo 12 de la Declaración de Principios de la CMSI es resultado de los esfuerzos de las organizaciones de mujeres comunicadoras y feministas para que en esta Declaración se expresara con claridad una de sus demandas principales: que las mujeres sean consideradas actoras en la sociedad de la información, con plena participación sobre bases de igualdad y en la toma de decisiones.	2003
Beijing + 10	La revisión y evaluación de la Declaración y Plataforma de Acción de Beijing (PAM) se desarrolla en Nueva York, en marzo de 2005. El objetivo de este proceso global y regional es revisar la implementación de la Plataforma que fuera firmada por 189 gobiernos en la IV Conferencia Mundial sobre la Mujer realizada en Beijing, China, en 1995.	2005

Fuente: Elaboración propia con datos de UNIFEM; y www.womanwatch.org

El estudio del emprendimiento femenino a nivel territorial en Panamá es un tema que se impulsa y se viene tratando por parte de organismos tanto nacionales como internacionales. El eje principal es defender los derechos humanos de las mujeres y crear capacidades para el análisis de género de la economía panameña, que estructure la agenda económica de las mujeres en el marco de políticas económicas de apertura comercial en el país. Respecto a lo anterior, el programa de la AGEM ha avanzado mucho en la temática realizando algunos estudios, como se observan a continuación:

Muchos de estos estudios concluyen en la necesidad de implementar más y mejores políticas públicas dirigidas al establecimiento de programas de emprendimientos económicos femeninos, como mecanismo para el mejoramiento de la calidad de vida de las mujeres panameñas.

1.1.4. Justificación

En Panamá, las mujeres con proyectos de emprendimientos económicos, representan un número importante; han consolidado sus empresas, cada vez con mayor éxito con sus compromisos familiares y empresariales. El emprendimiento femenino está representado en diversos sectores de la actividad económica. Es visible, mediante datos registrados, la presencia de más mujeres en esta tarea, no obstante hay carencia de políticas de apoyo con perspectiva de género; puesto que no se valora ni apoya esta presencia, tomando en consideración que todo proyecto de emprendimiento requiere de capacitación, seguimiento y acceso a información relevante, que sirvan para el su futuro desarrollo. Se hace necesario documentar y visibilizar las experiencias al respecto, tal como se presenta en el presente estudio.

El estudio “Emprendimiento Económico de Mujeres y Acceso al Crédito”, prioriza actividades que favorezcan herramientas técnicas para la adopción de políticas públicas dirigidas al establecimiento de programas de emprendimientos económicos femeninos, como mecanismo idóneo para la obtención de ingresos y mejoramiento de la calidad de vida de las mujeres, en el marco de los lineamientos de género definidos en la Ley 4 de Igualdad de Oportunidades y de la experiencia del Programa Mujeres y Desarrollo Local (MYDEL). El fortalecimiento del liderazgo y autoridad de las mujeres en el desarrollo económico, es un factor fundamental, para fomentar el emprendimiento femenino y superar los factores estructurales y coyunturales que crean y perpetúan las desigualdades de género; para lo cual existen instrumentos e indicadores que describen y califican el emprendimiento femenino, como motor del desarrollo local y la erradicación de la pobreza, ellos son:

- mapeos geo referenciados,
- caracterización de las iniciativas de emprendimiento femenino a nivel territorial,
- sistemas de indicadores y de medición de la dinámica empresarial desde un enfoque sistémico y de género.

Con respecto al primero, la disponibilidad de inventarios y mapas geo referenciados tiene la facultad de devolverles a las mujeres, de manera tangible, la ciudadanía y pertenencia del espacio geográfico, como agentes del desarrollo económico, actuando a la vez, como factor de empoderamiento y aumentando su capacidad de incidir en políticas a nivel local y nacional. Esto permite alimentar la ruta del debate sobre los modelos y programas económicos y la concertación de estas políticas, para que respondan efectivamente a las potencialidades y necesidades del territorio y de la gente.

Como ya se explicó antes, la caracterización de iniciativas de emprendimiento femenino a nivel territorial en Panamá es tema que se impulsa y se trata por parte de distintos organismos, donde se ha avanzado sustancialmente en la temática, a través de la realización de estudios e investigaciones; muchos de los cuales apuntan categóricamente hacia la necesidad de implementar políticas públicas dirigidas al establecimiento de programas para el mejoramiento de emprendimientos económicos de las mujeres panameñas.

Finalmente, los sistemas de indicadores y medición de la dinámica empresarial, desde un enfoque sistémico y de género, son sumamente necesarios, porque forman parte del empoderamiento de las mujeres. En este sentido, los micro-financiamientos son importantes, no sólo para la vida material de las mujeres y sus familias, sino que coadyuvan a procurarse ingresos y romper el ciclo de la pobreza. Por ello, las experiencias económicas, además de atender las necesidades prácticas de las mujeres como es la generación de ingresos, deben también atender las necesidades estratégicas como: el acceso a educación y a capacitación, el ejercicio de los derechos y la toma de decisiones; el control de los recursos y, en especial, deben provocar cambios en las valoraciones y roles asignados tradicionalmente a las mujeres en el entorno familiar, social, económico y cultural.

El trabajo tiene que ser dual, de forma tal que el fortalecimiento de la equidad de género no se diluya, es decir, no es suficiente que las mujeres tengan acceso a ingresos y al empleo remunerado, es indispensable el control de su cuerpo, de su sexualidad y el cambio en las

relaciones sociales entre hombres y mujeres que supere la desigualdad y opresión de toda naturaleza que en esas relaciones tienen las mujeres.

1.2. Marco Metodológico

El estudio Emprendimiento Económico de Mujeres y Acceso al Crédito, produjo y analizó información cualitativa y cuantitativa sobre la temática en Panamá, en virtud del análisis del significado y representatividad en el sector microempresarial, sobre las políticas públicas existentes y el reconocimiento de los emprendimientos femeninos. Se cubrieron tres fases, la primera la recolección de la información bibliográfica existente; posteriormente, la búsqueda y levantamiento de nuevos datos a través del trabajo de campo, y la tercera fase corresponderá al análisis de la información recolectada con los objetivos propuestos y presentarla en el documento final.

De esta forma, la bibliografía existente, se obtuvo en las distintas instituciones involucradas, como la Dirección Nacional de Artesanías, el Ministerio de Comercio e Industrias (MICI), el Programa Nacional de Titulación de Tierras (PRONAT), la Autoridad de la Micro Pequeña y Mediana Empresa (AMPYME), la Contraloría General de la República, el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), se consultó igualmente, la legislación existente sobre la materia. Adicional a estas referencias, se realizaron entrevistas semiestructuradas a diferentes funcionarios expertos y expertas de las precitadas instituciones, para triangular la información disponible en el sitio Web de dichas instituciones.

En cuanto a la información de campo, se aplicaron los siguientes métodos y técnicas de recolección de información en el distrito de Aguadulce en la provincia de Coclé y en el poblado de Arimae, provincia de Darién:

- entrevistas grupales con los dos colectivos de mujeres pertenecientes a las organizaciones de los emprendimientos estudiados, las entrevistas consistieron en preguntas realizadas y respondidas durante las plenarios correspondientes;
- entrevistas a profundidad, con las lideresas de las organizaciones de forma individual, en la cual se aplicaron cuestionarios jerárquicamente organizados y elaboradas para estos fines;
- observación a profundidad, de las áreas en estudio: una primera gira en cada área para el establecimiento de contactos iniciales y explicación de los objetivos del proyecto en los cuales se logró la aceptación por parte de los grupos de mujeres; se obtuvieron imágenes fotográficas del área específica de atención. Durante el segundo contacto, se realizaron las entrevistas, se compartió con los dos grupos de emprendedoras y se fortalecieron sus conocimientos, mediante una charla sobre: "Economía y la Microempresa con enfoque de género" por parte del equipo de investigación y profesoras (es) de la Facultad de Economía de la Universidad de Panamá.
- los talleres formativos, se llevaron a cabo con la convocatoria a las mujeres de los emprendimientos reconocidos en grupos de trabajo, en los que se conoció, intercambió y recogió información sobre las inquietudes de las presentes, se establecieron mecanismos de comercialización utilizados, de comparaciones de las expe-

riencias y/o aportes sobre cómo mejorar los emprendimientos desarrollados por las mujeres. Los equipos para el desarrollo de dos talleres por región, fueron formados por un promedio de 10 mujeres representantes de la agrupación.

El trabajo de campo también incluyó el levantamiento de un mapa geo referenciado en los lugares, en donde físicamente se encuentran ubicados ambos reconocimientos y, a su vez, de algunas residencias de las emprendedoras; se realizaron visitas exploratorias a las áreas en estudio, para la recolección de información de campo con el equipo especializado para este fin. La geo referenciación o Sistema de Información Geográfica (SIG) se utilizó para ingresar, almacenar, recuperar, manipular, analizar y obtener datos referenciales geográficamente, importantes en la toma de decisiones y propuestas del estudio; que fueron llevados al documento final, este aspecto fue primordial en la elaboración de la propuesta de políticas públicas, producto final del estudio.

1.3. Marco Teórico

1.3.1. Empoderamiento Femenino

El concepto general de empoderamiento, según el economista estadounidense Kenneth E. Boulding, es el cambio de conducta de una persona o colectivo, siempre y cuando este cambio le lleve a tomar el control de su vida de forma positiva y generalmente, producto de un análisis y reflexión de su condición y conlleva también una serie de etapas: el acceso al poder económico, al poder social y al político.

La variable poder o en su defecto el empoderamiento es la antítesis del paternalismo, de la beneficencia, de la caridad y de cualquier mecanismo que no persiga el generar la persona la autoridad y la habilidad para conducir sus propias vidas. Así, el empoderamiento es importante, en la medida que se estructura como una herramienta para el acceso a las necesidades básicas insatisfechas y especificidades, que pueden ser económicas, de servicios y de ideas; de modo que, en cierto sentido, el empoderamiento se convierte en una herramienta de superación de la pobreza.

De acuerdo con Irene Casique, socióloga e investigadora del Centro Regional de Investigación Multidisciplinaria (CRIM) de la Universidad Autónoma de México, el término empoderamiento es ampliamente utilizado en la actualidad y con frecuencia se le asignan diversos significados; la ausencia de un significado único del término responde a la acelerada diseminación del término desde diversas disciplinas, con distintos enfoques y énfasis; pero desde el enfoque de género, la autora concluye que:

"...El empoderamiento de la mujer se refiere a un mayor control de la misma sobre su propia vida, su cuerpo y su entorno y ello pasa por diversos aspectos tales como libertad de movimiento y acción (autonomía), injerencia en los procesos de toma de decisiones (poder de decisión), acceso y control de recursos económicos, ausencia de violencia en contra de ella, acceso a la información e igualdad jurídica."¹

En este orden de ideas, empoderarse significa, realizar acciones que reafirmen la identidad emancipada y emancipadora; de ahí que, la persistencia de la denominada división sexual

¹ Casique, Irene: "Trabajo Femenino, Empoderamiento y Bienestar de la Familia", Centro Regional de Investigación Multidisciplinarias (CRIM), Cuernavaca, México. Marzo de 2003. Pág.3

del trabajo (que designa a las mujeres el trabajo doméstico), implica pocas posibilidades para la mujer de lograr empoderarse y adquirir capacidad económica, social y política y; así lo plantea la filósofa nicaragüense Aura Aldana:

“...y, se deduce que, mientras persista la denominada división sexual del trabajo, que dentro de las relaciones sociales designa a los hombres, para laborar en la esfera pública y a las mujeres, para el trabajo doméstico, enfrentando la doble o múltiple jornada laboral, serán aún relativamente pocas las mujeres con posibilidad de destinar el tiempo y los recursos necesarios a la actividad de dirección, hecho que recrudece la injusticia imperante en la economía del “libre” mercado caracterizada por muchas exclusiones, entre ellas la de las mujeres.”²

“...Por tanto, la conquista del poder, por las mujeres, es un reto, un elemento de la alternativa ética de resistencia al sistema. Son importantes cualesquiera ejercicios del poder. Sin embargo, hay un empoderamiento fundamental: el del ámbito de la producción no doméstica. El que permite la emancipación económica, pero desde la participación en la base y sustento de toda sociedad: la producción de los bienes de subsistencia. Pues ese empoderamiento, lleva como elemento necesario, asegurar la educación de las mujeres, porque implica un cierto grado de desarrollo personal. Además, implica su plena participación en la formulación de políticas y en la toma de decisiones”³

En síntesis una definición más aproximada y coincidente con nuestra postura del empoderamiento femenino sería, la dada en la IV Conferencia de la Mujer de Beijing, que plantea lo siguiente:

“El empoderamiento de la mujer y la igualdad de género son requisitos previos para conseguir la seguridad política, social, económica, cultural y ambiental de todas las personas”⁴.

En este punto es donde nos planteamos ¿cuál podría ser el instrumento adecuado para dotar de empoderamiento a las mujeres desde una perspectiva de desarrollo local?

Es evidente, la relevancia del aporte de las mujeres al ingreso nacional y al familiar y la feminización de las estrategias para enfrentar la pobreza, reflejado en que son precisamente ellas las que encabezan estrategias, a través del emprendimientos de nuevas actividades para garantizar el ingreso familiar. Sin dicha contribución muchos hogares que hoy no son pobres, lo serían.

Este aporte de las mujeres plantea la necesidad de superar el sesgo de los gobiernos de la región con la implementación de políticas públicas y sociales que incluyan el género dentro de sus objetivos y mecanismos de acción, como también hacer que se tome en cuenta a las mujeres como actoras económicas y como emprendedoras, de forma tal que respondan a sus necesidades específicas de superación de la pobreza y que se habiliten y

2 Aldana Saraccini, Aura Violeta, Ponencia: Empoderamiento Femenino, Alternativa para reconstruir la Esperanza, Universidad Tecnológica Metropolitana, Santiago de Chile. Mayo de 2003

3 Aldana Saraccini, Aura Violeta, Artículo: Empoderamiento Femenino: Alternativa ética del conflicto entre sexismo e identidad de género. Santiago de Chile. Mayo de 2003.

4 Síntesis sobre la IV Conferencia Mundial Sobre la Mujer, Beijing, del 4 al 15 de Septiembre de 1995. http://www.pobrezacero.org/img_bol/conferencia_beijing.pdf

reconozcan, como partícipes activas del desarrollo económico.

Dado el componente económico, individual y social que necesitan las mujeres para desarrollar emprendimientos, consideramos el financiamiento y programas de financiamiento como herramientas óptimas y necesarias en la dotación de empoderamiento femenino. Este empoderamiento, no se consigue simplemente con otorgar recursos financieros, sino que se necesita que dichos recursos tengan un objetivo más amplio, como la mejora de la calidad de vida de las mujeres.

Además, aunque el proceso de financiación del emprendimiento debe de traducirse en realidades que permitan a la mujer una mejor educación, un mejor poder de negociación en el mercado laboral y de bienes y servicios, una mejora en la situación de subordinación dentro de las familias y de las estructuras sociales, etc., estas mejoras no sólo deben de beneficiar a la mujer que lleva a cabo un emprendimiento, sino a todas las mujeres como grupo social y por lo tanto, una mejora global de todas las personas.

El financiamiento de un emprendimiento, de acuerdo con sus características (monto y garantías) es tipificado como microfinanciamiento, por el hecho de ser estrictamente dirigido a microempresas registradas como tal. Los programas de microfinanciamiento existentes no adecúan sus productos y servicios a las necesidades específicas de los emprendimientos femeninos, por lo cual no se consigue una eficiencia financiera, que analice las necesidades particulares y específicas de las mujeres dentro de su ámbito local, para que junto a los servicios financieros les ofrezcan otros servicios de vital importancia, como por ejemplo: servicios de educación reproductiva, alimenticia, de cuidado de los hogares y de los niños y ancianos, educación materno-infantil, de convivencia matrimonial, de violencia doméstica, y otros. Sin embargo, en definitiva, la oportunidad que ofrece el financiamiento a las mujeres emprendedoras es eliminar la exclusión tanto social y económica a través de la generación de al menos un puesto de trabajo.

1.3.2. Microempresaria vs Emprendedoras

Dada la tendencia a equiparar una microempresaria con una mujer emprendedora, aun cuando ambas presentan claras diferencias, para efectos de la presente investigación establecemos sus asimetrías, definiendo la utilización el término emprendimiento como pertinente para denominar a las mujeres en estudio.

Etimológicamente, la palabra emprendedor se deriva de la voz francesa «entrepreneur», que a su vez viene del latín «inprender» que significa acometer, utilizada a principios del siglo XVI para referirse a los aventureros que viajaban al nuevo mundo en busca de oportunidades de vida inciertas. Hasta principios del siglo XX, no se reconocía en la economía el rol del emprendedor(a) y del riesgo, ni Adam Smith ni Alfred Marshall incluyeron el concepto en el análisis económico.

Posteriormente, Joseph Schumpeter enuncia el término “emprendedor” pero en relación al empresario(a) innovador(a) y reconoce el emprendimiento como centro del sistema económico. Sin embargo, una empresaria innovadora ve la oportunidad de negocio, a través de la creación de un producto o servicio y comercializarlo, a precios superiores a su coste de producción, obtener beneficios y crear nueva riqueza, no es necesariamente una mujer emprendedora.

La empresaria (ya sea de una micro, mediana o gran empresa), es aquella que 'intenta hacer' y 'hace' negocios seguros, a través de la explotación de un bien o servicio con el objetivo de satisfacer la necesidad de otros a cambio de un retorno económico; a los menores riesgos posibles, utilizando para ello la experiencia, los conocimientos técnicos y la creatividad en su inversión. La propietaria de una empresa privada asume todos los riesgos inherentes a una actividad económica, aunque estos riesgos se suelen reducir, gracias a subvenciones públicas y otras ayudas del gobierno.

Por el contrario, una emprendedora es a aquella mujer que identifica una oportunidad y organiza los recursos necesarios (generalmente intangibles) para ponerlos en marcha, esta oportunidad generalmente encierra dificultad, azar o peligro. La emprendedora no busca, necesariamente, un premio económico o enriquecimiento, sino más bien, busca la subsistencia en primer término, y en segunda instancia, satisfacer desafíos personales y sociales, y hacer de un sueño una realidad; pero el resultado de este emprendimiento es asociado a muchos riesgos y a grandes probabilidades de fracaso.

De esta forma, el emprendimiento es la forma natural que tienen los sectores más desposeídos de la población para asumir el desafío de superar la pobreza y del sostenimiento económico de sus familias. En condiciones de empleos inestables y demandantes de calificaciones cada vez más elevadas, los sectores más frágiles económicamente, como el sector laboral femenino, busca de esta forma resolver el dilema de su sustento en condiciones de brutal marginación de las redes del sistema económico y evitar la reproducción de esta misma condición en su familia.

El emprendimiento femenino se asocia más con el autoempleo que con una empresa innovadora. Definiendo el autoempleo como la generación de su propio puesto de trabajo, como el desarrollo personal de una actividad económica de forma habitual, por cuenta propia, con independencia, sin percibir contraprestación alguna de naturaleza salarial. El autoempleo o formas de emprendimientos, tiene auge durante la década de los '90 en el ámbito de las crisis económicas, a consecuencia de la globalización. Estos procesos coinciden con los cambios en la organización de los sistemas productivos, en los que forman parte de la recomposición de los modelos de producción, que tienden a aminorar el peso de las grandes unidades de producción, al valorar en menor medida sus efectos de escala. Estas transformaciones han tenido su traducción en las políticas de empleo, dirigidas, habitualmente al asalariado, por diversos factores:

- imposibilidad de alcanzar el pleno empleo, mediante el empleo por cuenta ajena;
- temporalidad del empleo por cuenta ajena, que conduce a generar medidas de fomento del trabajo por cuenta propia;
- falta de adecuadas oportunidades de empleo, baja remuneración y dificultades en las comunidades rurales para crear nuevos empleos o mantener los existentes.

Dentro del autoempleo forman parte en sentido estricto, aquellas trabajadoras que desarrollan su actividad bajo los parámetros habituales del empleo autónomo: trabajo totalmente independiente, no remunerados salarialmente y concurrencia de ellas mismas al mercado de bienes y servicios.

Ahora bien, el término microempresa, de acuerdo con Jorge Arroyo⁵ se refiere genéricamente a las unidades económicas productivas de baja capitalización, que operan bajo riesgo propio en el mercado. La baja capitalización inicial de las micro y pequeñas empresas (MyPEs) tiende a reproducir, en la mayoría de ellas, un círculo vicioso: baja productividad de la mano de obra, bajos ingresos, escasa capacidad de reinversión productiva, la cual sin la intervención consistente en políticas estatales, no podrá insertarse adecuadamente en la economía de los países.

Las MyPEs a su vez, tradicionalmente se definen en función de la cantidad del recurso humano, al capital financiero o físico que posee y al valor de las ventas y de los activos en el período de un año. Desde esta perspectiva se han especificado, según la Organización Internacional del trabajo (OIT) principalmente sus definiciones:

- Por número de empleados: consideran que es una microempresa si la unidad productiva posee cuatro trabajadores o menos.
- Según el valor de los activos y ventas anuales: una unidad productiva será considerada microempresa si tiene ventas anuales por un monto igual o menor a los US\$150,000.00 anuales.

Sin embargo, la definición exacta de microempresa depende de la legislación de cada país. Así tenemos que en Panamá, el concepto de microempresa y la diferencia con respecto a pequeñas y medianas empresas, queda definida en el Artículo 5 del Capítulo I, de aplicación y definiciones, de la Ley 8 de marzo del 2000, que a la letra dice:

“Artículo 5. ...

1. Microempresa. Unidad económica, formal o informal, que genere ingresos brutos o facturación anuales hasta la suma de ciento cincuenta mil balboas (B/. 150,000.00).
2. Pequeña empresa: Unidad económica que genere ingresos brutos o facturaciones anuales, desde ciento cincuenta mil balboas con un centésimo (B/.150,000.01) hasta un millón de balboas (B/.1,000,000.00),
3. Mediana empresa: Unidad económica que genere ingresos brutos o facturación anuales desde un millón de Balboas con un centésimo (B/.1,000,000.01) hasta dos millones quinientos mil Balboas (B/. 2,500,000.00),

Parágrafo. Los trabajadores de estas empresas se registrarán por el Código de Trabajo. Los incentivos y beneficios estarán dirigidos exclusivamente a la micro y pequeña empresa.”⁶

De cualquier forma, de acuerdo con la estructura de mercado que impone el actual sistema económico y político, la microempresa es el principal modelo a seguir por parte de las emprendedoras para poder insertarse en el mercado y acceder al financiamiento. Es una condición necesaria y forzosa el estar formalmente registradas como microempresarias, para poder tener oportunidades de financiamiento. Sin embargo, esta formalidad tiene

⁵ Arroyo, Jorge, director del Proyecto Centroamericano de Apoyo a Programas de Microempresa de la Organización Internacional del Trabajo (Promicro/OIT). Conferencia: Algunas ideas sobre políticas públicas para el financiamiento de la microempresa en América Central, San Salvador. Octubre de 1998

⁶ Gaceta Oficial de la República de Panamá No. 24106

desventajas, desde la óptica de los impuestos y trámites (onerosos), ya que son precisamente estos tópicos los que limitan y entorpecen su desarrollo, porque son empresas de subsistencia, que no generan suficientes recursos para reinvertir y, en menor medida, para cumplir con la carga impositiva del Estado.

De esta forma, el principal escollo contra el que debe luchar una emprendedora es precisamente el acceso al financiamiento, lo que trae como consecuencia no poder alcanzar objetivos en un plazo corto y limita las posibilidades de expansión, tanto tecnológica como geográfica, creándose un círculo vicioso, donde la emprendedora encuentra problemas, al no estar debidamente formalizada. Otras limitantes son las de la utilización de tecnología ya superada y la concerniente a la falta de conocimientos y técnicas de los integrantes, para una productividad más eficiente.

Las oportunidades que ofrece un emprendimiento y que ayudan a solventar estas situaciones desfavorables para la mujer son:

- disponer de una fuente regular de ingresos, y por tanto, mejorar el bienestar económico de la emprendedora y su familia;
- lograr reconocimiento, aumentar su participación en la sociedad y mejorar su posición dentro de la misma, ya que no disponer de un trabajo es un factor de exclusión social;
- comprender que por las cualidades de su propia persona o por la calidad de su proyecto empresarial, son sujetas de crédito, en capacidad de utilizarlo productivamente y cumplir sus compromisos;
- elevar su autoestima y la seguridad en sí mismas, a través del empoderamiento individual de cada una de ellas y su aporte al desarrollo familiar;
- servir de ejemplo, a través de su estructura organizativa a otros tipos de organizaciones comunitarias, tales como asociaciones productivas, comités de salud, comités católicos, comunidad educativa, clubes deportivos, etc.
- ser una líder comunitaria por su manifiesta capacidad productiva, porque involucra a personas de la comunidad y a través de ella, se reconoce la capacidad productiva de la comunidad fuera de su entorno.

CAPÍTULO 2:

PANORAMA MICROEMPRESARIAL EN PANAMÁ

2.1. Participación del Sector Microempresarial en Panamá

Con base a cifras oficiales provenientes de la Encuesta Continua de Hogares, de la Contraloría General de la República, se ha podido estimar que existen actualmente, en Panamá, unas 358,646 personas ocupadas en el sector de la micro y pequeña empresa, lo que representa más del 38.25% de la Población Ocupada Total. Del total de personas ocupadas en las Micros y Pequeñas Empresas (MyPEs), unas 41,578 corresponden a trabajadores por cuenta propia y algo más de 70,319 a trabajadores familiares, lo que muestra la gran importancia de la actividad microempresarial para la generación de ingresos de la población panameña.

Los datos presentados, no consideran a trabajadores(as) de empresas privadas, por la dificultad en establecer el tamaño de las mismas en medianas, grandes o pequeñas, y tampoco establece de forma exacta la cuantificación de microempresas informales, ya que éstas son difícilmente captadas por los censos económicos y empresariales, dado que la condición de informal de los emprendimientos les provee escasos incentivos para declarar su actividad.

En cuanto a la participación de las mujeres en el sector MyPEs, se desprende del Cuadro 2.1 que 3 de cada 10 personas del sector total son mujeres, dado que en el 2007 de 470,676 personas ocupadas en las MyPEs 152,289 son mujeres y 318,387 hombres. Sin embargo, esta relación cambia según la categoría de ocupación, existe relativamente mayor cantidad de mujeres trabajadoras familiares que hombres, así observamos que de 70,319 trabajadores(as), 37,089 son mujeres y 33,230 son hombres. Estas cifras adquieren relevancia a partir del concepto de trabajador(a) familiar:

“El que ejerce una ocupación no remunerada, por lo menos un tercio de tiempo laborable de la semana de referencia, en una empresa o negocio explotado por un miembro de su propia familia. No recibe pago y es un dependiente directo del jefe.”⁷

Es en este contexto, en el que puntualizamos que existen aproximadamente 4,000 mujeres más que hombres, que ejercen una ocupación no remunerada, es decir que genera valor pero no ingresos, en evidente condición desventajosa y de desigualdad, en la cual los(as) dueños(as) de negocios o patronos(as), que en la mayoría de los casos son hombres, son quienes reciben, administran y disponen de recursos producto del trabajo que conllevó una importante participación de mujeres. Lo anterior se corrobora cuando consideramos que de 41,578 patronos o dueños, 32.912 son hombres y apenas 8 mil son mujeres, es decir que, aproximadamente el 80% de los patronos o dueños de negocios son hombres, tal como se observa en el siguiente cuadro:

Cuadro 2.1 POBLACIÓN OCUPADA EN EL SECTOR MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA, POR SEXO EN LA REPÚBLICA DE PANAMÁ. PERÍODO: 2005-2007

Categoría de Ocupación	2005			2006			2007			Crecimiento	
	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total 06/07	Mujeres 06/07
Pob. Ocupada Total	1,269,795	808,117	461,678	1,294,937	830,654	464,283	1,356,973	853,352	503,621	4.8%	8.47%
Sector MyPEs											
Cuenta Propia	384,650	278,747	105,903	375,351	269,528	105,823	358,646	252,112	106,534	-4%	1%
Patrono o Dueño	38,979	31,533	7,446	39,934	31,749	8,185	41,578	32,912	8,666	4%	6%
Trabajador Familiar	61,409	27,605	33,804	64,418	32,432	31,986	70,319	33,230	37,089	9%	16%
Coop. de producción	667	263	404	70	35	35	133	133	0	90%	-100%
Total MYPE	485,705	338,148	147,557	479,773	333,744	146,029	470,676	318,387	152,289	-2%	4%
Participación de MYPE por sexo	100.00%	69.62%	30.38%	100.00%	69.56%	30.44%	100.00%	67.64%	32.36%		
Participación de MYPE en la Pob. Ocup.	38.25%	41.84%	31.96%	37.05%	40.18%	31.45%	34.68%	37.31%	30.23%		

Fuente: Elaboración propia sobre la base de la Encuesta Continua de Hogares: 2005, 2006 y 2007, de la Dirección de Estadística y Censo de la Contraloría General de la República.

Según se ha observado, el sector MyPEs en general presenta un reducido nivel de desarrollo empresarial, lo que afecta, además de su capacidad para generar valor e ingresos, para afrontar compromisos financieros, no sólo en lo que se refiere a su capacidad y voluntad de pago, sino respecto a la organización administrativa que resulta necesaria para hacerlo.

Por su parte, la Autoridad de la Micro y Pequeña Empresa (AMPYME) indica la existencia en Panamá de un total de 538 mil 300 pequeños empresarios, de los cuales 137 mil tienen

necesidad de acceso al crédito⁸, estas cifras incluyen al sector de las empresas privadas que sean micro o pequeñas empresas, sin embargo las micros, pequeñas y medianas empresas (MIPyMEs) registradas sólo suman 44,734, como se observa en el Cuadro 2.1. Vale la pena expresar que anualmente surgen nuevos emprendimientos registrados como empresas, los cuales, durante el primer año de operación sufren, en su mayoría, grandes dificultades que conllevan al abandono de dicha actividad, aunado a lo anterior, se desconoce la cantidad de emprendimientos no registrados en la AMPYME, lo cual limita la contabilización de los mismos.

2.2. Políticas públicas e iniciativas de apoyo a la Micro y Pequeñas Empresas

En Panamá las principales iniciativas y políticas públicas de fomento del sector Microempresarial y las microfinanzas, tanto urbanas como rurales, quedan reguladas y establecidas, a través del establecimiento del Banco de Desarrollo Agropecuario (BDA), el Fondo Especial de Compensación de Intereses (FECI), la Ley 8 de marzo del 2000, la Ley 33 de julio del 2000, el Decreto Ejecutivo 18 de abril de 2001, la Ley 10 de 2002 y el Decreto 36 de abril de 2006 y adicionalmente, es importante destacar que el Ministerio de Trabajo y Desarrollo Laboral a través del Código de Trabajo, establece regímenes especiales para las micro, pequeñas y medianas empresas en materia de jornada extraordinaria, estabilidad laboral, salario mínimo y tarifas para el pago del impuesto sobre la renta. Extractos de estas normas y los correspondientes señalamientos en cuanto a la presencia o no en ellas de la perspectiva de género, se presentan a continuación:

Cuadro 2.2. MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANAS EMPRESAS REGISTRADAS EN LA AUTORIDAD DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA, POR ACTIVIDAD, ESTADO Y AÑO. PERÍODO: 2000-2008.

Actividad	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Total
Comercio	9	2,790	1,784	3,655	1,072	2,093	2,003	2,280	1,013	16,699
Agropecuaria	3	3,307	2,250	2,268	545	756	367	686	319	10,501
Artesanal	3	214	270	528	89	59	70	130	59	1,422
Industria	2	572	216	781	267	302	300	219	110	2,769
Servicio	21	1,861	1,165	1,671	711	1,633	1,329	1,585	702	10,678
Turismo	0	95	64	159	35	34	25	51	15	478
Otros	6	1,507	79	338	39	35	22	86	75	2,187
ESTADO										
Formales	23	2,386	1,025	1,155	975	2,013	2,140	2,013	698	12,428
Informales	21	7,960	4,803	8,245	1,783	2,899	1,976	3,024	1,595	32,306
Total	44	10,346	5,828	9,400	2,758	4,912	4,116	5,037	2,293	44,734

Fuente: Elaboración propia en base a datos de AMPYME

2.2.1 Ley 13 del 25 de enero de 1973⁹: Crea el Banco de Desarrollo Agropecuario (BDA)

El Banco de Desarrollo Agropecuario es una entidad estatal de financiamiento a pequeños y medianos productores, para las diferentes actividades agropecuarias y proyectos agroindustriales. El BDA no cuenta con una licencia general bancaria y, por tanto, no puede captar depósitos del público, siendo su única actividad, el otorgamiento de créditos al sector agropecuario, encontrándose así, bajo la supervisión de la Contraloría General de la República.

El BDA, sólo financia en función de proyectos agropecuarios determinados, es decir, otorga sus créditos con el objetivo concreto de la siembra de un rubro determinado o de las inversiones en un activo fijo concreto, por lo que, en el análisis crediticio sólo se toman en consideración, los datos del proyecto que será financiado. La principal deficiencia reside en el proceso de solicitud y aprobación de créditos, este trámite largo y en cierta medida, imprevisible implica que el prestatario debe presentar su solicitud crediticia, un considerable tiempo antes del momento en que desee realizar su inversión. Esto hace que, en la práctica, los potenciales clientes del BDA, cuya solicitud tiene posibilidades de éxito, busquen recursos en otras fuentes de financiamiento. Muchos clientes potenciales, por tanto, están dispuestos a pagar una tasa de interés efectiva más alta en el mercado informal, para cubrir su necesidad de recursos de financiamiento externo.

En este contexto, es importante señalar que el BDA, a pesar de ser estatal, no identifica, prioriza o presenta alguna política específica orientada al financiamiento de emprendimientos específicamente de mujeres, a pesar de que está comprobado que las mujeres, en la mayoría de los casos, cumplen responsablemente con sus compromisos crediticios, en mayor proporción que los hombres. Ello se debe a que la mujer ha desarrollado cualidades, impelidas por las mismas contradicciones del sistema que le exige más responsabilidades que al hombre (asunción de responsabilidades respecto a los hijos, fidelidad al cónyuge, administración del hogar, etc.). Esta característica la hace una eficiente depositaria de los bienes familiares con capacidad de ahorro y sin vestigios de despilfarro de los recursos.

2.2.2. Ley 4 del 17 de julio de 1994 y Decreto Ejecutivo 29 del 8 de agosto de 1996 ¹⁰: Crea el Fondo Especial de Compensación de Intereses (FECI)

El FECI es un fondo destinado a optimizar el otorgamiento crediticio en beneficio del pequeño y mediano productor agropecuario, que aplica un gravamen sobre los créditos para el comercio y los créditos personales y establece una serie de subsidios hacia el otorgamiento de los créditos destinados al sector agropecuario. El FECI, es administrado por la Comisión Bancaria Nacional, la cual está a cargo de la supervisión de los bancos privados. Este fondo se sustenta por la "sobretasa" de 1% aplicada sobre todos los créditos al comercio y a todos los créditos personales por montos superiores a U.S. \$5,000. Esto se utiliza para cubrir el descuento de un 3.50% de la tasa de interés en los préstamos calificados otorgados y que se otorguen al sector agropecuario y al sector agroindustrial exportador de productos no tradicionales. La distribución de los recursos del FECI es la siguiente:

la mitad de los ingresos son canalizados a finales de cada mes al BDA como aporte al capital, el restante 50% es canalizado a los bancos para el pago de las subvenciones a las tasas de interés de los créditos agropecuarios.

⁹ Gaceta Oficial de la República de Panamá No. 17,271

¹⁰ Gaceta Oficial de la República de Panamá No. 25510.

2.2.3. Ley 8 de 29 de marzo de 2000¹¹ : Crea la Autoridad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (AMPYME)

La AMPYME es una entidad autónoma del Estado Panameño, rectora en materia de micro, pequeña y mediana empresa y que tiene por objetivos fomentar el desarrollo de las mismas, mediante la ejecución de la política nacional de estímulo y fortalecimiento del sector, para contribuir con la generación de empleos productivos, el crecimiento económico del país y una mejor distribución del ingreso nacional, de igual forma, estimular la colaboración de todas las entidades del Estado, como facilitadoras de las iniciativas y del desarrollo de los empresarios de la micro, pequeña y mediana empresa, al eliminar, en lo posible, todo obstáculo burocrático, así como a incorporar las unidades económicas informales al sector formal de la economía; como queda claramente estipulado en sus funciones:

1. Procurar que las universidades, asociaciones, gremios e instituciones especializadas brinden programas de asistencia técnica integral y de capacitación, que contribuyan a aumentar sus niveles de competitividad.
2. Recopilar información sobre las actividades que realicen las asociaciones, gremios y organizaciones no gubernamentales vinculadas al sector.
3. Elaborar programas de orientación para los procesos de reactivación.
4. Facilitar su relación con las demás entidades públicas.
5. Estimular el mejoramiento continuo de los procesos de producción, la calidad de los productos y la capacidad de exportación.
6. Fomentar la investigación, la innovación y la transferencia tecnológica.
7. Promover el desarrollo de asociaciones estratégicas y nuevos modelos asociativos, al igual que el fortalecimiento de las asociaciones y gremios.
8. Impulsar la adopción de instrumentos de intermediación financiera que permitan dirigir recursos en beneficio del sector.
9. Propiciar la divulgación de mecanismos y oportunidades de negocios.
10. Establecer vías de captación de inversiones, así como de recursos nacionales e internacionales, para el desarrollo, de programas y proyectos de apoyo.
11. Promover su participación en eventos, organizaciones, foros y reuniones nacionales e internacionales.
12. Coordinar con las entidades públicas que desarrollan actividades relacionadas con el sector, para que se conviertan en facilitadoras de las iniciativas de las empresarias(os) y de la reconversión laboral de las desempleadas(os).
13. Impulsar su participación complementaria en la cadena de producción y en los actos de contratación de bienes y servicios del Estado.
14. Proveer servicios de información y documentación sobre temas de interés.
15. Mantener estadísticas actualizadas y públicas.
16. Concertar iniciativas para la creación de incubadoras de empresas y parques industriales.
17. Unir esfuerzos para el desarrollo de programas educativos, en todos los niveles de escolaridad, tendientes a la formación de empresarios.
18. Proponer al Órgano Ejecutivo políticas de promoción y apoyo en los diversos sectores de la economía.

De los objetivos y funciones estipulados por la Ley 8 para AMPYME es necesario puntualizar que ninguno está elaborado desde la perspectiva de género, por lo cual no involucran el tratamiento justo de hombres y mujeres, según sus necesidades respectivas, de forma que compense las desventajas históricas y sociales de las mujeres; es decir, no se incluyen tratamientos diferentes con enfoque de género pero equivalentes en términos de derechos, beneficios, obligaciones y oportunidades.

De esta forma, el sector empresarial panameño, al igual que el de muchos países centroamericanos, no considera el género y solo toma en cuenta a la unidad productora unilateralmente, como una estructura orgánica utilizadora de recursos, para generar riqueza; en obvia respuesta a las políticas de corte neoliberal implementadas por mandato de los organismos financieros internacionales, cuyos cargos de dirección, control de bienes y decisión sobre los recursos, por regla general, están caracterizados por la primacía masculina, en simetría no casual con el sistema andro céntrico¹², estado patriarcal y a la cultura machista arraigada en nuestros países latinoamericanos.

Por otro lado, la AMPYME está representada ante el Órgano Ejecutivo por conducto del Ministerio de Comercio e Industrias (MCI) y su Comité Directivo está compuesto por seis organizaciones e instituciones miembros, que se presentan en el diagrama adjunto, en los cuales es importante resaltar que tres de los cargos directivos de las mismas, son ocupados por una mujer, a pesar de ello, las mujeres emprendedoras no perciben beneficios directos de las decisiones que de allí emergen; a continuación algunas de ellas:



1. plan operativo anual de la AMPYME,
2. estrategias de desarrollo relacionadas con el sector,
3. problemas y necesidades que deben atenderse, a través de sus programas y proyectos,
4. evaluación trimestral del desarrollo de programas y proyectos,
5. aprobación de toda transacción financiera,
6. propuesta de su presupuesto anual,
7. formalización de microempresarios, a través de grupos asociativos.

2.2.4. Ley 33 de 25 de julio de 2000¹³ : Que dicta normas para el fomento a la creación y desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa.

Para reforzar la Ley 8, se crea a través de la Ley 33 el Fondo de Garantía de la AMPYME, denominado Programa de Financiamiento para la Micro y Pequeña Empresa (PROFIPYME), el cual consiste en fondos para préstamos, capacitación y para la asistencia técnica al

¹² Androcentrismo proviene del griego andros (hombre) y define la mirada masculina en el centro del universo, como medida de todas las cosas y representación global de la humanidad, ocultando otras realidades, entre ellas la de la mujer. El androcentrismo ha provocado a lo largo de la historia la invisibilidad de las mujeres.

¹³ Gaceta Oficial de la República de Panamá No 24, 106.

sector. Esta Ley estableció, para su operación, la suma de dos millones quinientos mil dólares (U.S. \$2,500,000.00). El programa fue creado con el propósito de apoyar a los emprendedores(as) del sector de las MIPyMEs con el otorgamiento de avales para la obtención de créditos, mediante aquellas entidades financieras que suscribieran un convenio de adhesión al programa, entre las que se encuentra, a julio de 2006, las siguientes: Banco Nacional, Global Bank, Banco de Desarrollo Agropecuario, Financiera Solidaria, Microserfin, Mi Banco y la Caja de Ahorros.

En este mismo marco, se promulga el Decreto Ejecutivo No. 18 de 16 de abril de 2001¹⁴ : que reglamenta el Fondo de Garantía de AMPYME, el cual entre sus aspectos generales, establece la utilización de este fondo de garantía para préstamos; la garantía de crédito; la elegibilidad para el uso del fondo; el procedimiento para el cobro de la garantía, la utilización del Fondo de Garantía para programas de capacitación y asistencia técnica y los requisitos¹⁵ que deben cumplir las entidades financieras que deseen ser parte del programa. Se establece igualmente que los préstamos otorgados por los bancos y financieras a las microempresas inscritas en AMPYME, estarán exentas de la sobretasa del 1% anual que se remite al FECL. Se otorgan a las microempresas ventajas frente a la mediana empresa, a saber:

1. La tramitación para la operación e inscripción de la micro, pequeña y mediana empresa en la Ventanilla Única;
2. Los préstamos personales y comerciales otorgados a las microempresas, sean éstas de personería natural o jurídica, quedarán exentos de la sobretasa del 1% anual correspondiente al FECL, siempre y cuando sean invertidos íntegramente en el giro normal del negocio;
3. Una vez se reglamente el régimen de funcionamiento del Fondo de Garantía, este garantizará los préstamos a la micro y pequeña empresa, lo cual le facilita el acceso a mercados de capital para el desarrollo de sus proyectos y la capacitación y asistencia técnica de su personal;
4. Toda microempresa informal que se formalice o se constituya a partir de la entrada en vigencia de la Ley 33 de 25 de julio de 2000, quedará exenta del pago del impuesto sobre la renta, durante los dos primeros años fiscales contados a partir de su inscripción en el Registro Empresarial.
5. Se crearán instrumentos financieros y bancarios de garantía, descuento y riesgo orientados a las micro, pequeña y medianas empresas.
6. A futuro, trato preferencial en materia aduanera, fiscal y financiera en cualquiera de las tres modalidades de empresas.

14 Gaceta Oficial de la República de Panamá, No. 24,289

15 Los requisitos de Afiliación de entidades financieras al PROFIPYME son:

- copia autenticada de la Resolución de la Superintendencia de Bancos mediante la cual se le otorga licencia general para operar en el país,
- solicitud formal del Representante Legal de la entidad financiera para su inscripción en los programas garantizados por el Fondo,
- presentar documentos que expliquen sus políticas de crédito relacionadas con la administración, análisis, control y clasificación de los riesgos en los préstamos corporativos dirigidos a las micro y pequeñas empresas, así como las prácticas para el seguimiento y recuperación de los mismos,
- el último Estado Financiero auditado e información general del banco (antecedentes, misión, Visión objetivos específicos). A su vez, por parte de la Contraloría General de la República, para el trámite del refrendo del Convenio se debe entregar lo siguiente:
- copia del Acta de la Reunión de la Junta Directiva del Banco en donde se autoriza al Representante Legal o a la persona que designen a firmar la documentación con AMPYME,
- copia de la certificación del Registro Público del Banco.
- copia de la escritura en donde se constituye la Sociedad Anónima.
- copia de la cédula del Representante Legal o la que designen para la firma del Convenio

Hasta 2007, el PROFIPYME garantizó 1,100 préstamos correspondientes a un monto total de U.S. \$8,876,748 y liberó garantías por U.S. \$568,255. Con respecto a este tipo de iniciativas de apoyo, como son los fondos de garantías, ocurre un fenómeno relacionado con el tamaño de las empresas que acceden al mismo y con el financiamiento que se garantiza, ya que no cumple necesariamente con el objetivo para el cual fue creado.

Este fondo sirve tanto para micro y pequeñas empresas como para las medianas empresas, sin embargo, las mismas presentan ciertas características distintivas entre ellas, tales como nivel de formalidad, capacidad económica y administrativa y posibilidad de acceso al sistema financiero tradicional. De esta forma, una empresa mediana presenta amplias ventajas frente a la micro y pequeña, por tanto sería necesario reformular el programa de forma tal que los beneficiarios principales del mismo sean los micro y pequeños emprendimientos.

Lo anterior se corrobora a partir de las cifras presentadas en el Cuadro 2.3, en el cual, el crédito promedio garantizado es de un monto significativo, que ronda entre los U.S. \$3,600 y los U.S. \$2,500, ubicándose para todo el período en casi U.S. \$8,000; ello demuestra que las empresas que acceden a este tipo de beneficios son las de mayor tamaño relativo es decir las medianas empresas no así las microempresas, por lo que su impacto es reducido sobre las microempresas, que casualmente por un lado, componen la gran mayoría de unidades productivas del sector y por el otro, corresponden a emprendimientos femeninos.

Cuadro 2.3. PRÉSTAMOS GARANTIZADOS POR EL PROGRAMA DE FINANCIAMIENTO PARA LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA EN PANAMÁ, PERÍODO: 2001-2007

Año	Préstamos			Garantías		Reclamos
	Cantidad	Monto	Promedio	Iniciales	Liberadas	
2001	1	7,800.00	7,800.00	5,040.00	0.00	0.00
2002	176	2,208,071.28	12,545.86	1,192,719.79	0.00	0.00
2003	336	3,331,886.93	9,916.33	1,371,129.00	32,194.46	0.00
2004	175	1,382,265.41	7,898.66	706,806.56	341,383.82	375.00
2005	176	1,026,558.43	5,832.72	439,663.48	194,677.01	30,516.72
2006	254	920,166.79	3,622.70	553,839.96	0.00	0.00
Total	1118	8,876,748.84	7,939.85	4,269,198.79	568,255.29	30,891.72

Fuente: AMPYME

Las mujeres emprendedoras deben constituir un grupo objetivo común en todo programa de microcrédito incluyendo el PROFIPYME. Esto se debe, entre otras razones, a que las mujeres han demostrado mejores cualidades empresariales y mejores tasas de repago que las registradas por los hombres. De igual forma de garantizarse el acceso de las mujeres al crédito, este ingreso usualmente tendrá un mayor impacto sobre el bienestar de la familia; dado a que el microcrédito no sólo mejora la situación financiera de la mujer sino que mejora la situación financiera de su familia y su posición en la sociedad. Por ello, consideramos sumamente necesario que los programas de microcrédito se elaboren a partir de la perspectiva de género para que las mujeres emprendedoras tengan las mismas oportunidades que los hombres de desarrollar sus emprendimientos.

2.2.5. Ley 10 del 30 de enero de 2002: “Que establece normas con relación al sistema de microfinanzas”

La Ley 10 tiene por objetivo fomentar, desarrollar y fortalecer el sistema de microfinanzas, tanto en el área urbana como rural, para lo cual crea la figura de los Bancos de Microfinanzas (BMF). Estas entidades financieras, tienen como objeto principal la canalización de recursos a micro y pequeños emprendimientos urbanos y rurales. Esta Ley establece que los bancos de microfinanzas deberán organizarse como sociedades anónimas y constituirse con un capital pagado mínimo equivalente de U.S. \$3,000,000, siendo regulados y supervisados por la Superintendencia de Bancos, en el marco de la Ley 9 de 1998 y sus reglamentos. Según lo dispone esta ley, los BMF deben mantener una cartera de préstamos no menor al 75% en créditos con garantía personal que no excedan el 1% del patrimonio neto, y en préstamos con garantía específica que no excedan el 3% del patrimonio neto del banco.

La Superintendencia de Bancos, es la encargada de supervisar la constitución de entidades orientadas a las microfinanzas, por lo cual gran parte de la normativa aplicable a estos bancos es la misma empleada al sistema financiero tradicional, que no considera como sujetos de crédito a mujeres y hombres emprendedores carentes de activos para garantizar el retorno del crédito. En cuanto a ello, es necesario puntualizar que se el sistema constitutivo y operativo de los BMF deben contar con una regulación especializada para atender al sector microempresarial.

2.2.6. Decreto Ejecutivo 36 del 4 de abril de 2006: Que crea el Comité Nacional del Microcrédito¹⁶

En concordancia con la normativa de los BMF, se crea el Comité de Microcrédito, integrado por representantes de sectores públicos y privados vinculados al fomento y promoción de micros, pequeñas y medianas empresas, y enmarca sus objetivos en:

- evaluar y promover la contribución del microcrédito y micro financiación;
- promover concienciación pública y conocimiento sobre el microcrédito y microfinanciación;
- recomendar al gobierno medidas para estimular el desarrollo de las MyPEs;
- fomentar desarrollo de proveedores de servicios de microcrédito y microfinanciación;
- apoyar a instituciones que prestan servicios de microcrédito y microfinanciación;
- promover asociaciones estratégicas entre sectores públicos y privados;
- promover gestiones tendientes a atraer recursos financieros.

Ninguno de los objetivos del Comité, anteriormente señalados, establece condiciones que creen el acceso de mujeres a servicios de microcrédito y/o microfinanciación, es decir, no se incluye tratamientos diferentes con enfoque de género que generen mayores oportunidades para las mujeres y en igualdad de condiciones que los hombres.

Lo anterior adquiere mayor relevancia cuando tomamos en consideración, las representaciones de entidades tanto públicas como privadas que conforman el Comité. Así tenemos que, en representación del sector público, cada una de las siguientes entidades tiene un representante en el Comité Nacional del Microcrédito:

- El Ministerio de la Presidencia
- El Ministerio de Economía y Finanzas
- El Ministerio de Comercio e Industrias
- La Autoridad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa
- El Instituto Panameño de Turismo
- El Instituto Panameño Autónomo Cooperativo
- El Banco Nacional de Panamá
- Caja de Ahorros
- El Banco de Desarrollo Agropecuario
- Superintendencia de Bancos

Mientras que por el sector privado, las entidades representadas son:

- La Unión Nacional de Pequeñas y Medianas Empresas
- La Red Nacional de Micro y Pequeñas Empresas
- La Asociación Bancaria
- La Asociación Nacional de Empresas Financieras
- La Asociación Panameña de Crédito
- La Cámara de Comercio, Industrias y Agricultura de Panamá
- El Consejo Nacional de la Empresa Privada
- La Asociación Panameña de Ejecutivos de Empresa
- La Red Panameña de Microfinanzas

Con respecto a la integración del Comité, consideramos de suma importancia la inclusión por el sector público, de la Dirección Nacional de la Mujer (DINAMU) la cual trabaja en coordinación con el Ministerio de Desarrollo Social (MIDES); de igual forma, como parte de la representación del sector privado, es necesario integrar a organizaciones de mujeres, provenientes de la sociedad civil; cuyos valiosos aportes, lograrán incorporar ejes transversales de género en las políticas y decisiones que logren consensuar los miembros del Comité, con respecto a los servicios de microcrédito y/o microfinanciación de los BMF.

2.3. Otras iniciativas de Apoyo a las MyPE

2.3.1. La Red Panameña de Microfinanzas (REDPAMIF)

REDPAMIF es una iniciativa de siete instituciones que se dedican a brindar servicios micro financieros a la pequeña y mediana empresa, tanto en sector urbano como el rural de nuestro país, ellas son:

- Cooperativa de Servicios Múltiples Juan XXIII, R. L.
- Centro de Gestión Local (CEGEL)
- Centro de Estudios, Promoción y Asistencia Social (CEPAS).

- Cooperativa Juan Pablo I, R. L.
- Institución para el Desarrollo Sostenible (IDEAS).
- Soluciones de Microfinanzas, S. A. (MICROSERFIN)
- Asociación para el Desarrollo de las Cajas Rurales (PROCAJA).

La Red tiene como objetivos los siguientes:

- Incidir en las políticas públicas, marcos legales y tratados internacionales que beneficien y fortalezcan al sector de las micros finanzas, en forma equitativa y homogénea en todo el país.
- Impulsar programas y proyectos que permitan la profesionalización de los recursos humanos y la aplicación de tecnología financiera y administrativa orientada a la sostenibilidad y permanencia institucional.
- Promover el desarrollo de productos y servicios de micro finanzas innovadores y dirigidos a diferentes segmentos de mercado con el propósito de satisfacer la demanda y mejorar la calidad de vida de los usuarios de los programas.

2.3.2. Iniciativas de Donantes

De acuerdo al Informe de Microcrédito en Panamá del PNUD y AMPYME¹⁷, no existen intervenciones sistemáticas de los donantes en el sector de las microfinanzas, en el cual existan cooperantes que tengan proyectos con instituciones relacionadas con la materia, tales como:

- El Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Fondo Español de Microfinanzas, el Fondo de Inversión Social (FIS) y la Corporación Andina de Fomento (CAF) tienen colocados fondos en Microserfin, como fondeo de segundo piso, por un monto total de casi U.S. \$4,000,000, de los cuales, más del 60 % (casi U.S. \$2,500,000) provienen del Fondo Español de Microfinanzas.
- El Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA) financió el Proyecto de Desarrollo Rural Sostenible de Darién (Pro Darién) ejecutado, a través del Ministerio de Desarrollo Agropecuario (MIDA) y administrado por el PNUD en Panamá, el cual finalizó en mayo de 2006.

2.4. La Neutralidad de género en la política pública

En Panamá, existen, desde 1981, mecanismos jurídicos y políticas que promueven la igualdad de oportunidades para las mujeres y han propiciado cambios en todas las estructuras de la sociedad, en los mecanismos y métodos de participación ciudadana, en la cultura jurídica y esencialmente en las formas de construcción de la democracia en el mundo público y privado. Sin embargo, es importante tomar en cuenta que aún cuando constituyen una expresión de que los pactos entre el movimiento de mujeres y el Estado empiezan a legitimarse, este aval no garantiza su aplicación efectiva.

¹⁷ Echarte, Luis; Prat, Germán; Garrón, Pablo: Informe propuesta de política, estrategia y plan de acción para la implementación de servicios microfinancieros en Panamá, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y Autoridad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (AMPYME). Panamá, octubre de 2006.

2.4.1. Normativa jurídica de especial interés para la mujer

Con respecto a la existencia en Panamá, de normativas jurídicas cuyo contenido sea de especial interés para las mujeres, tenemos, que en las últimas décadas se han aprobado importantes instrumentos jurídicos de especial interés para la mujer, tales como:

- La Ley 4 de 1981 por medio de la cual se ratifica la Convención de las Naciones Unidas para la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación Contra la Mujer (CEDAW, 1979),
- La Ley No. 12 de 1995 por la cual se ratifica la Convención Internacional para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia Contra la Mujer o Convención de Belén Do Pará en 1994. para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia Contra la Mujer. Establece que toda mujer tiene derecho a ser valorada y educada libre de patrones estereotipados, de comportamientos y de prácticas sociales y culturales basadas en conceptos de inferioridad o subordinación.
- La Ley 34 de 6 de julio de 1995 por la cual se modifica la Ley 47 de 1946, Orgánica de Educación. Por su parte, La Ley 34 de julio de 1995, mediante la cual se reforma y actualiza la Ley Orgánica de Educación de 1946, establece en su Art. 1 “la educación es un derecho y un deber de la persona humana, sin distinción de... sexo...”.
- La Ley No. 4 de 1999, por cual se instituye la igualdad de oportunidades para las mujeres. Como medio para implementar de modo planificado lo establecido en estas leyes, el Estado ha puesto en marcha una serie de políticas públicas.

De igual forma, se han implementado planes y políticas públicas encaminadas a promover el desarrollo de las mujeres: Es así como en 1993 se formula el Plan Nacional Mujer y Desarrollo 1994-2000, y en 1995 la “Operativización del Plan de Acción Mujer y Desarrollo de Panamá”; los cuales recogen experiencias, definen prioridades y comprometen a instancias políticas de la nación en su realización.

Sin lugar a duda, uno de los principales avances en la década de los noventa fue la creación del Ministerio de la Juventud, la Mujer, la Niñez y la Familia, MINJUNFA; posteriormente denominado Ministerio de Desarrollo Social, MIDES.

Ley 4, Capítulo 1, Artículo 1.

Esta Ley se fundamenta en los siguientes principios:

1. Prohibición de toda discriminación basada en el sexo; igualdad ante la ley y demás derechos individuales y sociales, y garantías fundamentales que consagra la Constitución Política que obliga al Estado a legislar sin discriminación y a aplicar igualitariamente las leyes a las personas individuales y a los colectivos.
2. Garantía de los derechos básicos de las humanas e igualdad de trato y oportunidades de desarrollo social, contemplados en la Convención de las Naciones Unidas sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer, que obliga al Estado a condenar la discriminación de género y a establecer políticas públicas para eliminarla.
3. ...

También, se constituyeron 35 organizaciones no gubernamentales dedicadas a la problemática femenina o que desarrollan programas de género y desarrollo. En 1996 se crea la Coordinadora de Organizaciones para el Desarrollo Integral de la Mujer (CODIM) que organiza, en el 2000, el foro "Mujer y Desarrollo", para evaluar los logros alcanzados.

Si bien es cierto, las mujeres con proyectos de emprendimientos económicos son cada vez más exitosas, asumen compromisos familiares, empresariales y además representan diversos sectores de la actividad económica; no es menos cierto que los retos que enfrentan están relacionados con la competitividad, la modernización de sus empresas y pequeños emprendimientos, según sea el caso, el acceso al crédito y la capacidad institucional adecuada, para atender sus necesidades repercute en la duplicación de esfuerzos, por la vulnerabilidad de las mujeres en la sociedad.

Los mecanismos que promueven la igualdad de oportunidades para las mujeres suponen, sin duda un cambio en todas las estructuras de la sociedad y en las formas de construcción de la democracia, por lo cual es necesario mencionar otros instrumentos jurídicos:

Ley 27 de 16 de junio de 1995, que tipifica los delitos de violencia intrafamiliar y maltrato de menores, ordena el establecimiento de dependencias especializadas para la atención de las víctimas de estos delitos, se reforman y adicionan artículos del Código Penal y Judicial, y se adoptan otras medidas.

Ley 27 de 1996, contra la Violencia intrafamiliar, en la que se sanciona el maltrato a la mujer y al menor.

Ley 22 de 1997 que aprueba reformas al Código Electoral, en que se establece la obligatoriedad de los Partidos Políticos para que al menos el 30% de sus postulaciones correspondan a candidatas mujeres.

Ley 6 de 4 de mayo de 2000. Establece el uso obligatorio del lenguaje, contenido e ilustraciones con perspectiva de género en las obras y textos escolares.

Decreto Ejecutivo 99 de 20 de noviembre de 2000, por el cual se crea la Comisión Nacional

Ley 4, Capítulo 1, Artículo 2.

El objetivo de la presente Ley es el desarrollo de la política pública antidiscriminatoria de género por parte del Estado, tendiente a:

1. Lograr la integración plena de las mujeres panameñas al proceso de desarrollo político, económico, social y cultural del país.
2. Propiciar el desarrollo de estrategias y acciones que permitan, con equidad social, la plena incorporación de las mujeres al proceso de desarrollo sostenible del país.
3. Fomentar la creación de estructuras y mecanismos institucionales, que posibiliten la formulación de políticas públicas con perspectiva de género y garanticen la coordinación, ejecución y evaluación de programas y medidas, destinados a las mujeres.
4. Contribuir a la democratización plena del país, mediante la participación de las mujeres en todos los procesos y toma de decisiones, que inciden en su vida individual y colectiva.
5. Sensibilizar y capacitar a los funcionarios y funcionarias en la perspectiva de género, en la naturaleza de las relaciones intergeneracionales y en diversos enfoques, que permitan variar las concepciones tradicionales que tienden a excluir a las mujeres del ámbito público limitándolas al privado.
6. Capacita, tanto a los hombres como a las mujeres, en la visión intergeneracionales para promover igualdad de oportunidades en todos los ámbitos de la sociedad, incluyendo las relaciones de igualdad dentro de la familia.

para la Elaboración del Plan Nacional contra la Violencia Intrafamiliar y Políticas de Convivencia ciudadana.

Ley 17 de 28 de marzo 2001, que ratifica el Protocolo Facultativo de la Convención sobre la Eliminación de todas las formas de discriminación contra la Mujer.

Decreto Ejecutivo 31 de 16 de abril de 2001 por el cual se crea el Sistema Nacional de Capacitación en Género.

Ley 38 de 10 de julio de 2001. Reforma y adiciona artículos al Código Penal y Judicial, sobre violencia doméstica y maltrato al niño, niña y adolescente, y deroga artículos de la Ley 27 de 1995 y dicta otras disposiciones.

Ley 68 de 19 de diciembre de 2001, mediante la cual se establece la titulación conjunta como forma de adquirir la tierra y modifica artículos del Código Agrario.

Plan Nacional de Salud Sexual y Reproductiva.

Resolución 60 de 18 de agosto de 2003, por medio de la cual se crean departamentos y secciones en la Dirección Nacional de la Mujer.

2.4.2. La Mujer y los Objetivos del Milenio

Finalmente, y no por ello menos importante, son los aspectos de género del Plan Nacional de Gobierno, enmarcados en los Objetivos de Desarrollo del Milenio. Los Ocho Objetivos del Milenio son un conjunto cuantificable de metas a favor de la paz, los derechos humanos y el desarrollo, contenidas en la Declaración del Milenio adoptada por 189 Estados miembros de las Naciones Unidas en la Cumbre del Milenio celebrada en septiembre del año 2000. Estos son:

- Objetivo 1: Erradicar la pobreza extrema y el hambre.
- Objetivo 2: Lograr la enseñanza primaria universal.
- Objetivo 3: Promover la igualdad entre los sexos y la autonomía de la mujer.
- Objetivo 4: Reducir la mortalidad infantil.
- Objetivo 5: Mejorar la salud materna.
- Objetivo 6: Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades.
- Objetivo 7: Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente.
- Objetivo 8: Fomentar una asociación mundial para el desarrollo.

Los objetivos del milenio se interrelacionan unos con otros, el Objetivo 2 tiene que ver con la educación primaria, garantizar el acceso a ésta y marca fundamentalmente lo que es la población indígena, en especial las mujeres; induce el Objetivo 3, al cual se concatena en cuanto a educación. De esta forma la meta 4 del Plan Nacional del Gobierno¹⁸, se refiere específicamente a eliminar las desigualdades entre los géneros en todos los niveles de enseñanza antes de fines del 2015, y se establecen indicadores para este fin que son:

- relación entre alumnas y alumnos en la educación primaria, secundaria y superior;
- relación entre las tasas de alfabetización de las mujeres y los hombres de 15 a 24 años;

¹⁸ Segundo Informe de Avance de los Objetivos de Desarrollo del Milenio en el Plan Nacional del Gobierno de Panamá, Gabinete Social de la República de Panamá. 2006. www.contraloria.gob.pa/dec/Aplicaciones/ODM.

- proporción de mujeres entre los empleados asalariados en el sector no agrícola y
- proporción de puestos ocupados por mujeres en el parlamento nacional.

En términos generales, de acuerdo con los avances del Plan de Gobierno, se ha registrado una mayor promoción en la igualdad entre los sexos y la autonomía de la mujer. Sin embargo, aún no existe paridad en la educación primaria, particularmente entre la población rural e indígena, donde persiste la brecha en la alfabetización en detrimento de las mujeres indígenas. Lo anterior se refleja en el mercado laboral en términos ocupacionales y salariales; lo que se traduce en una menor participación de las mujeres entre los empleados remunerados; esta desigualdad de género condiciona la participación política de las mujeres en la vida nacional.

No solo se deben considerar aspectos educativos para transformar la equidad real entre los sexos y la autonomía de las mujeres, sino que también se debe hacer énfasis en incorporar el enfoque de género en las políticas, programas, proyectos estatales y en todos los ámbitos de la vida económica, cultural y política.

Por ello, consideramos que lo establecido en los Objetivos del Milenio, dentro del plan nacional del gobierno, es insuficiente, respecto a los compromisos gubernamentales asumidos en la Convención de las Naciones Unidas para la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación Contra la Mujer (CEDAW), particularmente, ratifica un no cumplimiento real con la legislación que se aprueba.

El Objetivo 3. “Promover la igualdad entre los géneros y lograr la autonomía de la mujer” el país implementa el “Programa de difusión de la promoción de la igualdad de oportunidades para las Mujeres”; “Programas radiales y campañas de sensibilización dirigidas a adolescentes y mujeres jóvenes”; Plan Nacional Contra la Violencia Doméstica y Política de Convivencia Ciudadana, entre otros.

2.4.3. Participación de la mujer en los Tratados de Libre Comercio

El papel que ha jugado el Ministerio de Comercio e Industrias en la inserción de la mujer en las negociaciones de los acuerdos de libre comercio es muy poca, la cual se evidencia por la participación en la negociaciones de los gremios o asociaciones de productores, que por lo general, son empresarios, cuya representatividad está en manos de varones, más grave aún es el tipo de política de negociación que se realiza, en donde los sectores realmente no intervienen directamente, sino a través de cuartos adjuntos, como sucedió en el caso específico de la negociación del TPC con EEUU.

El principal dilema es que, al no haber políticas con enfoque de género, las necesidades de las mujeres y sus particularidades quedan totalmente ausentes, por otra parte, la política en general del comercio exterior en la apertura comercial no está dirigida al desarrollo de las MIPyMEs, como se ha mostrado en investigaciones desarrolladas por la AGEM¹⁹, sino a la gran empresa inserta en la exportación o en los servicios. La situación de las mujeres emprendedoras, además de estar poco visible cuando se trata de definir políticas públicas;

¹⁹ Investigaciones como: (a) Estudios sobre la Realidad de las Mujeres en el Ámbito del Turismo, (b) El Teletrabajo (o centros de llamadas), (c) La Condición Jurídica de las Mujeres Trabajadoras en la Legislación Laboral, (d) La Segregación de las Mujeres en el Mercado Laboral, (e) Empleo Femenino y Transformación Económica, entre otros.

también muestran el bajo nivel de organización y están débilmente representadas en organismos gremiales - camerales del sector privado.

Consideramos que el gobierno en general y el MICI en particular no perciben la dimensión de las mujeres emprendedoras en el país. Que una u otra organización de mujeres lo pueda aprovechar, no significa que los TLC tengan condiciones favorables a las mujeres, menos aún cuando consideramos aspectos como la liberalización y transnacionalización de la producción que implican los TLC. En este sentido se observa:

- para la trabajadora formal: la flexibilidad laboral, recargo de funciones, jornadas extenuantes y bajos salarios. Vulnerabilidad de sus derechos laborales y humanos;
- para las trabajadoras domésticas: mantenimiento de condiciones de servidumbre, sin salarios mínimos igual que el resto de las trabajadoras, donde también se vulnera; menor acceso a los servicios públicos (telefonía, educación y salud) aún más, se transgrede a la mujer en una sociedad patriarcal;
- para las madres solteras: el que se dejen de producir los alimentos en el país y su consecuente aumento de los precios dificultará el acceso a los alimentos, tanto de ellas como de sus hijos;
- para toda mujer trabajadora implica el aumento de la jornada formal o informal de trabajo y con ello la reducción del tiempo disponible para la recreación, la formación, las relaciones interpersonales y la participación en la defensa de sus intereses, de trabajo y de vida; más en condiciones donde la política gubernamental no avanza hacia la responsabilidad paterna en el cuidado y trabajo doméstico.

2.5. Mercado de Microfinanzas en Panamá

Convencionalmente, en América Latina, las entidades bancarias, se posicionan en segmentos de mercado con clientes mejor integrados a los mercados, sin problemas colaterales y considerados de menor riesgo, excluyendo así a las MyPEs. Sin embargo, durante las últimas dos décadas han intervenido financieras especializadas en Microfinanzas, posibilitando que los sectores microempresariales operen mayormente en comercio y servicios; dado que el poder acceder al microcrédito, significa nuevas oportunidades para sus negocios. Con distintos niveles de intensidad, las Microfinancieras que abarcan diversidades de instituciones (las ONG Financieras, Cooperativas, Bancos Especializados, Cajas de Ahorro y otras), contribuyen a mitigar los problemas de empleo, promoviendo eficaces y eficientes servicios financieros.

En Panamá y en la región existe este tipo de financieras con visiones solidarias en la prestación de sus servicios por lo que se agruparon en Redes Nacionales con el objeto de obtener ventajas y economías de escala. En este contexto, las redes nacionales interactuando en una Red Regional Latinoamericana especializada en la temática de Mercados Financieros, constituye una alternativa sumamente útil y práctica para mejorar las formas de Intervención en los Microfinanciamientos. En Panamá como en otras regiones de Latinoamérica, así como existen satisfactorios resultados del microcrédito, también existen miles de clientes, particularmente rurales, que son desatendidos o atendidos parcialmente

en sus necesidades de servicios financieros; posicionándose en situaciones de pobreza extrema y, con muy pocas oportunidades de cambiar su situación.

La actividad financiera tradicional, asociada a la banca comercial regulada, presenta ciertas características, especialmente en lo que se refiere a exigencias para los solicitantes de créditos, que tienden a convertirse en limitantes al acceso de las MyPEs. En general, las entidades del sistema financiero regulado han fundamentado su asunción de riesgos crediticios en tres requisitos:

- capital del solicitante, que respalda patrimonialmente los fondos requeridos en préstamo;
- garantías, ofrecidas por el potencial cliente o por garantes solventes, y
- sólidas referencias comerciales o estabilidad en un empleo, que pruebe que el cliente está firmemente integrado a una cadena de valor existente.

Esta metodología crediticia en muchos casos ha sido una infranqueable barrera para las MyPEs que generalmente no cumplen con alguno de los tres requisitos, por lo que se han volcado hacia usureros y prestamistas informales. La situación empeora para las mujeres, ya que una de las más importantes razones por las cuales las mujeres tienen un acceso más limitado al crédito es que generalmente los activos tangibles (si poseen alguno), que podrían servir de colateral o garantía prendaria para respaldar los fondos requeridos en préstamo, están registrados a nombre de sus esposos por lo cual no pueden acceder al crédito de forma independiente. Solicitar una sólida referencia bancaria a una emprendedora es impensable, dado que es precisamente su deficiencia

Dada la importancia de este sector productivo auto sostenible, en Panamá, ciertas instituciones han desarrollado una metodología de provisión de servicios financieros específica para atender a las MyPEs, basada en requisitos, condiciones y procedimientos que, la MyPEs puedan cumplir, y por otro, proveen de seguridad la recuperación de los fondos minimizando los riesgos crediticios.

En Panamá existen unas 35 mil unidades económicas entre micro y pequeñas empresas registradas en el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) que pagan sus impuestos respectivos; sin embargo, el país no cuenta con suficientes entidades que brinden apoyo a pequeños empresarios. Una vez puntualizado lo anterior, pasamos primero a enunciar las instituciones financieras formales que ofrecen sus servicios a emprendimientos en Panamá; las mismas fueron divididas en dos grupos, el primero las que participan en el programa PROFIPYME y en segundo lugar las que pertenecen a REDPAMIF:

PROFIPYME: Banco Nacional, Global Bank, Microserfin, Banco de Desarrollo Agropecuario (BDA), Financiera Solidaria, Mi Banco y la Caja de Ahorros, Banco Delta, Financiera Govimar.

REDPAMIF: CEGEL, Pro Caja, Pro Darién, Cooperativa Juan Pablo I, Cooperativa de Servicios Múltiples Juan XXIII y Fundación IDEAS.

Otras: COLAC, FIN COLAC, CACSA

Esta limitada oferta de microfinanzas para la demanda existente en el país, es fomentada, desarrollada y fortalecida por el la Ley 10 del 2002, que crea los Bancos de Microfinanzas,

como entidades financieras que tienen como objeto principal la canalización de recursos a micro y pequeños empresarios (as). Frente a este escenario, la AMPYME, lleva a cabo estudios, con el fin de proponer por una parte, estrategias a implementar en los servicios micro financieros en el país, y por la otra, la creación de otro fondo, pero esta vez para el microcrédito de segundo piso²⁰. De igual manera esta institución formuló un anteproyecto de ley que de ser aprobado, regulará el microcrédito a nivel nacional.

2.5.1. Instancias Gubernamentales Involucradas

El precitado estudio de microfinanciamiento en Panamá del PNUD y la AMPYME²¹, enuncia las instancias gubernamentales involucradas con la ejecución de instrumentos de políticas públicas, a saber:

1. AMPYME, como entidad rectora de la Política de Microfinanzas.
2. Comité Nacional de Microcrédito, como órgano ejecutivo y consultivo.
3. Entidad Bancaria de Segundo Piso, para constituirse como el órgano encargado del sistema de refinanciamiento de las entidades financieras.
4. Superintendencia de Bancos y otros Entes Reguladores de entidades que operan en las Microfinanzas. La Superintendencia de Bancos será la responsable, con la asistencia de expertos en la materia, de diseñar e implementar el esquema de regulaciones y supervisiones específico para la actividad microfinanciera y deberá, además, establecer un mecanismo de coordinación con las instancias gubernamentales encargadas de supervisar a las figuras jurídicas que, siendo proveedores de servicios microfinancieros, no recaen sobre su ámbito de actuación.
5. Dirección de Estadísticas y Censos, la que deberá diseñar o adecuar sus sistemas actuales, con la asistencia necesaria, para recopilar de manera periódica, información sobre el sector de las MyPE y sobre su acceso a servicios financieros.
6. Asociación Panameña de Crédito, la que, en coordinación con la Dirección de Estadísticas y con la asistencia necesaria, deberá mejorar sus sistemas de información sobre prestatarios, que incluyan no solo los malos antecedentes de crédito sino también los buenos, para lo cual deberá mejorar la coordinación con las entidades oferentes de servicios microfinancieros, a fin de que declaren la totalidad de sus operaciones.
7. AMPYME y el Programa Formal MyPEs, mediante el cual se deberá profundizar el accionar en el área de simplificación administrativa y promoción de la inclusión de las empresas al sistema económico mediante la formalización.
8. La Entidad Administradora del sistema de Fomento al Desarrollo Empresarial, la que deberá ser seleccionada una vez se diseñe, en detalle, el sistema de subsidio directo y parcial para el fomento del mercado de SDE.
9. Las Entidades Financieras de Primer Piso (oferentes), las que, siendo beneficiarias de la Política, se espera que amplíen la cobertura, incrementen la eficiencia en la prestación de servicios, diversifiquen su oferta, mejoren sus indicadores económicos, etc.
10. Las Instituciones de Desarrollo Empresarial (oferentes), las que, en el marco del instrumento de Fomento al Desarrollo Empresarial, se espera que provean los ser-

20 Bancas de Segundo Piso: Son Instituciones Financieras que no tratan directamente con los usuarios de los créditos, sino que hacen las colaciones de los mismos a través de otras instituciones financieras.

21 Op. Cit. Página 19.

vicios necesarios para mejorar la capacidad empresarial y administrativa de las MyPE.

11. Las micro y pequeñas empresas urbanas y rurales, beneficiarias finales de la Política de Microfinanzas, se espera que incrementen su nivel de desarrollo por medio del acceso al mercado de servicios microfinancieros.

En este sentido, consideramos que es sumamente necesaria la inclusión. En este sentido, consideramos que es sumamente necesaria la inclusión del Instituto Nacional de la Mujer (INAMU) como instancia gubernamental involucrada con la ejecución de instrumentos de políticas públicas, para que proponga la incorporación del enfoque de género en dichas políticas, pues de otra forma continuará la exclusión hacia las mujeres emprendedoras.

2.5.2. Marco Regulatorio de Instituciones Microfinancieras

Las normas que regulan el funcionamiento de las instituciones microfinancieras en Panamá, descansan sobre tres leyes, un decreto y el Código Civil, tal como se muestra en el Cuadro 2.4 y las cuales pasamos brevemente a explicar.

Cuadro 2.4. NORMAS QUE REGULAN A ENTIDADES MICROFINANCIERAS EN PANAMÁ, POR TIPO DE ENTIDAD Y SEGÚN CAPITAL. AÑO: 2007

Tipo de Entidad	Norma	Capital Mínimo
Bancos	Decreto Ley 9 de 1998	10,000,000
Bancos de Microfinanzas	Ley 10 de 2002	3,000,000
Empresas Financieras	Ley 42 de 2001	500,000
Coop. de Ahorro y Crédito	Ley 38 de 1980	No contemplado
Las ONG Crediticias	Código Civil	No contemplado

Fuente: Echarte, Luís; Prat, Germán; Garrón, Pablo "Propuesta de Política, Estrategia y Plan de Acción para La Implementación de Servicios Microfinancieros en Panamá,

- **Bancos:** El Acuerdo 6-2000 de la Superintendencia de Bancos clasifica a los créditos de los bancos en: Préstamos Corporativos (en donde se incluye expresamente a los préstamos para la microempresa), Préstamos al Consumidor, y otros Préstamos. Además de estas regulaciones, los diferentes organismos del Estado definieron regulaciones mediante la Ley 10 de 2002 que crea el Banco de Microfinanzas, supervisado por la Superintendencia de Bancos; la regulación y supervisión de las instituciones financieras es llevada por el MICI; de las cooperativas de ahorro y crédito recae sobre el Instituto Panameño Autónomo Cooperativo (IPACOO) y de las ONG el MEF. Los Bancos de Microfinanzas se deberán organizar como sociedades anónimas y constituirse con un capital pagado mínimo equivalente de U.S. \$3,000,000, y mantener una cartera de préstamos no menor al 75% en créditos con garantía personal que no excedan el 1% del patrimonio neto, y en préstamos con garantía específica que no excedan el 3% del patrimonio neto del banco, en función a sus riesgos.
- **Financieras:** Quedan reguladas por la Ley 42 de julio de 2001, en ellas se establece que la responsabilidad de supervisar, fiscalizar y regular las financieras recae en la Dirección de Empresas Financieras del MICI, que puede expedir y revocar autorizaciones de operación. Por otro lado, establece que toda financiera deberá contar con

un capital social mínimo pagado de U.S.\$500,000; además, podrán fijar libremente el monto de la tasa de interés nominal de sus operaciones y la tasa de interés efectiva aplicada. En otro de sus importantes aspectos estipula que al cierre de cada ejercicio, las empresas financieras deberán presentar a esta Dirección del MICI sus estados financieros auditados.

- **Cooperativas de Ahorro y Crédito:** Están amparadas por la Ley 38 de 1980 que establece las cooperativas como asociaciones formadas por personas naturales que, sin perseguir fines de lucro, tienen por objeto planificar y realizar actividades de trabajo o de servicio, de beneficio económico y social. Determina, igualmente que podrán tener entre otras, la finalidad de crédito, financiamiento, y en general cualquier otra finalidad lícita. El IPACOOOP, como responsable de reglamentar la organización y funcionamiento de los diferentes tipos de cooperativas, indicando que las mismas no tienen utilidades sino excedentes, por lo tanto, no estarán sujetas al pago del impuesto sobre la renta. Los excedentes provenientes por servicios y operaciones a terceros deberán ser utilizados en el término no mayor de un año en campañas de utilidad y de beneficio social.
- **Organizaciones No Gubernamentales (las ONG) Crediticias:** Finalmente, las ONG crediticias se encuentran reguladas por las normas generales de constitución y funcionamiento establecidas en el código civil y es responsabilidad del Ministerio de Economía y Finanzas el registro de las mismas. Debe destacarse que, por estar reglamentada uniformemente respecto de todo el sector, la constitución de una ONG crediticia no exige capital mínimo ni se ha establecido un esquema de regulación y supervisión específico para éstas.

2.5.3. Ventajas y Ofertas de Mercado Microfinanciero para las Mujeres

2.5.3.1. Entidades Financieras Adscritas al Programa de Garantías de Crédito de AMPYME (PROFIPYME):

No existen estadísticas oficiales que cuantifiquen el acceso de las mujeres al microfinanciamiento en sus emprendimientos económicos, sin embargo experiencias individuales de las instituciones involucradas en el mercado de microfinanzas demuestran que existen muchas mujeres emprendedoras en Panamá. De esta forma tenemos que en PROFIPYME, la participación de las mujeres que han obtenido créditos amparados en garantías del programa, es del 44% y de 56% del monto asignado, pero a pesar de que a mayor cantidad de créditos aprobados a hombres (39) los montos aprobados para las mujeres superan ampliamente al de los hombres, tal como se desprende del Cuadro 2.5.

La razón por la cual a los emprendimientos femeninos se les otorgue mayor financiamiento, puede obedecer a que, en su mayoría, las mujeres llevan mejor control, capacidad administrativa y financiera del negocio por su experiencia como administradora del hogar, saben separar los gastos personales de los del negocio, y no agotan la capacidad de reinversión del mismo. Esto indicaría que el conferir poder a la mujer, para el acceso al crédito, podría constituir una estrategia económica muy eficiente para el crecimiento de Panamá o cualquier país.

Cuadro 2.5. GARANTÍAS EMITIDAS POR POR EL PROGRAMA DE FINANCIAMIENTO PARA LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA A ENTIDADES MICROFINANCIERAS EN PANAMÁ, SEGÚN ENTIDAD, ESTATUS Y TIPO DE ACTIVIDAD Y POR SEXO. AÑO: 2007

Entidad	Garantías	
	Cantidad	Monto
BANCO NACIONAL DE PANAMÁ	2	44,444.00
BANCO DE DESARROLLO AGROPECUARIO	2	5,500.00
BANCO DELTA	8	8,280.00
CAJA DE AHORROS	1	12,000.00
FINACIERA SOLIDARIA	26	49,296.50
MICROSERFIN	30	18,504.05
MULTICREDIT BANK	1	5,000.00
Status		
Idea de Negocio	56	17,780.00
Funcionamiento	14	126,240.55
Actividad		
Comercio	42	69,938.00
Servicio	18	52,336.50
Agro	2	5,500.00
Industria	7	12,852.60
Artesanía	1	3,393.45
Sexo		
Hombres	39	63,664.50
Mujeres	31	80,356.05
Total	70.0	144,020.55
Participación de Mujeres	44%	56%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de AMPYME.

a. Banco Nacional de Panamá (BNP)

El BNP, entidad autónoma del Estado con patrimonio propio, fundado en 1904, actualmente tiene colocados fondos por más de U.S. \$200 mil en Microserfin destinados al otorgamiento de préstamos a las PyME, con plazos de cinco (5) años, y a una tasa de interés de 7% anual fija. La cartera agropecuaria tiene destinado U.S. \$100 mil para diversificación y modernización del sector, de esta forma el banco estatal ha estado vinculado, por muchos años, al sector agropecuario por considerarlo polo de impulso muy importante en la economía nacional.

b. Global Bank

Global Bank, también brinda apoyo financiero a las MyPE, para los cuales brinda préstamos a corto, mediano y largo plazo, líneas de crédito a corto plazo, líneas de sobregiro,

cartas de crédito de exportación e importación, cobranzas y documentos negociables, arrendamiento financiero, factoring, tarjeta de crédito. De igual forma, financia capital de trabajo, adquisición de activos fijos, compra de inventario, cuentas por cobrar, descuentos de letras, hipotecas comerciales, financiamientos de construcción, préstamos a Cooperativas, etc. Para el sector agropecuario ofrece:

- compra de fincas agrícolas y ganaderas,
- compra de maquinarias, equipos y vehículos agrícolas;
- mejoras a fincas,
- líneas de crédito para ciclos de productos agrícolas hasta 18 meses,
- líneas de crédito para ciclos de ceba de ganado hasta 18 meses y
- financiamientos de Pie de Cría de ganado.

c. Microserfin

Esta institución financiera nace como Credifundes en 1997 y actualmente la sociedad Soluciones de Microfinanzas S.A. la denomina Microserfin y está supervisada por la Dirección de Financieras del MICI. Microserfin define como mercado objetivo personas dedicadas a actividades empresariales y microempresariales, financiándoles: capital de trabajo, mejoras al local, compra de equipo electrodomésticos, mejoras en la vivienda, reparación y mejoras a transporte. Entre los requisitos, exige un mínimo de 12 meses de operación, identificación completa del adquirente y buenas referencias comerciales y personales. Al 2006, la cartera de Microserfin alcanzaba más de U.S. \$6 millones colocados en más de 5,528 créditos.

Cuadro 2.6. CRÉDITOS OTORGADOS POR MICROSERFIN, EN PANAMÁ, SEGÚN REGIÓN, SEXO Y TIPO DE ACTIVIDAD. AÑO: 2006

Total	6,691,000.0	100.0%
Metropolitana	3,836,000.0	57.3%
Resto del País	2,855,000.0	42.7%
Hombres	3,345,500.0	50.0%
Mujeres	3,345,500.0	50.0%
Actividad	6,691,000.0	100.0%
Comercio	4,081,510.0	61.0%
Industria	936,740.0	14.0%
Servicio	1,672,750.0	25.0%

Fuente: Microserfin

En la región metropolitana, dicha cartera está por el orden de U.S. \$3,836,000 y en el resto del país U.S. \$2,855,000. La distribución por sexo de estos créditos, se presentan en el Cuadro 2.6, en el cual se destaca la total igualdad por sexo entre los montos concedidos a hombres y mujeres.

d. Caja de Ahorros

La Caja de Ahorros es también una entidad pública autónoma que financia el sector microempresarial, a través de la creación del Programa

MICROBANCA. Este programa presta a dos segmentos de la economía panameña: la Micro y Pequeña Empresa por montos que oscilaran entre:

- Microempresas que estén operando o en fase a iniciar su proyecto de

- negocios entre U.S. \$500.00 hasta US\$.5,000.00.
- Pequeñas empresas que estén operando o en fase de iniciar su proyecto de negocio entre U.S. \$5001.00 hasta U.S. \$30,000.00

Entre los principales beneficios que busca establecer la Caja de Ahorros con su programa de MICROBANCA están:

- Apoyar el surgimiento y fortalecimiento de negocios que operen en condiciones de MyPE.
- Incorporar estos negocios a los mercados formales de crédito y producción.
- Lograr, a través del financiamiento a estos negocios, el crecimiento económico y desarrollo de sus promotores.
- Contribuir al crecimiento y desarrollo económico de Panamá.
- Mejorar las condiciones materiales de la vida de las familias de los(as) emprendedores(as).
- Apoyar a los emprendedores al iniciar su negocio.

e. Banco Delta, S.A. y Financial Capital Development

El banco Delta se fusiona en el 2004 con la Financiera Capital Internacional, que hasta el momento se mantenía otorgando préstamos personales, aumentando así su cartera activa a U.S. \$5.8 millones, obtiene la licencia de BMF de la Superintendencia de Bancos de Panamá y ofrece financiamiento hasta por U.S. \$10,000.00. Este banco se integra a su vez, a la Red Panameña de Micro Finanzas REDPAMIF. Los requisitos para ambos sexos que exige esta entidad financiera son:

- Tener un año o más de antigüedad al frente del negocio.
- Copia de cédula del solicitante y de su cónyuge.
- Copia de las últimas facturas pagadas de luz, agua, teléfono y del último pago del alquiler del local.
- Si es una sociedad anónima, copia de la Licencia Comercial, Pacto Social con sus modificaciones y último pago de Tasa Única.

f. Banco de Desarrollo Agropecuario (BDA)²²

El BDA es un banco estatal creado desde 1941 para promover la evolución de las MyPE específicamente en actividades agropecuarias y agroindustriales (agricultura, ganadería, avicultura y apicultura) facilitando el incremento de la productividad y competitividad de los productores. Tiene un programa crediticio tendiente a elevar la competitividad del sector agropecuario específicamente en cuanto a modernización agropecuaria y repoblación ganadera. Los plazos del BDA son hasta de 15 años y periodos de gracia de hasta 3 años, posee una política de flexibilidad crediticia en la cual el cobro de préstamos en cuentas malas se hace mediante arreglos flexibles para pago de capital e intereses. El objetivo del BDA está consagrado en la Constitución Política de la República de Panamá, en su Capítulo 8 sobre Régimen Agrario, el cual indica en su Artículo 122: "Organizar la asistencia crediticia para satisfacer las necesidades de financiamiento de la actividad agropecuaria y en especial del sector de escasos recursos y sus grupos organizados y dar asistencia especial al pequeño y mediano productor."

g. Mi Banco

Las políticas de MI BANCO en cuanto a los términos de un préstamo dependen del riesgo, analizando así los costos totales y riesgos asociados al otorgamiento del crédito a un potencial prestatario. Los préstamos de Mi Banco se orientan a satisfacer las necesidades de capital de trabajo, inversión, compra de equipos o activos fijos, con financiamientos desde U.S. \$5,000.00 hasta U.S. \$300,000.00. El producto se aplica tanto a clientes del sector comercio, servicios, transformación de materia prima que deseen crecer con su negocio. Mi Banco ofrece además de créditos, capacitaciones y asesorías, a través de la Fundación Micro Financiera Nacional, que desarrolla programas sobre educación financiera del hogar, edita y distribuye material para el registro y análisis de las cuentas personales, de forma que los pequeños micro empresarios documenten sus ingresos y egresos, preparen flujos de caja y analicen su situación financiera.

2.5.3.2. Entidades Adscritas a la Red Panameña de Microfinanzas (REDPAMIF)

Estadísticas de las instituciones pertenecientes a esta red demuestran que un promedio del 38% de sus usuarios o clientes son mujeres, tal como se aprecia en el Cuadro 2.7. Del mismo se derivan también, datos individuales de cada institución miembro de la red, en cuanto a ellas podemos señalar que 5 muestran datos que certifican la presencia de emprendimientos femeninos, estas son:

- MICROSERFIN en la que 1 de cada 2 clientes son mujeres, llegando en algunos casos a superar la participación masculina.
- CEPAS en la cual el 4.5 de cada 10% de usuarios son mujeres emprendedoras.
- CEGEL e IDEAS, presentan un 38% de participación femenina entre usuarias.
- Cooperativa de Servicios Múltiples Juan XIII cuenta con 3,420 asociados de los cuales 1,639 han solicitado préstamos, con una participación mayoritaria de hombres (68%, es decir 1,115) y apenas un 32% de mujeres, (es decir, que están representadas en 524).
- A su vez, el 43% de los asociados de PROCAJA que han solicitado préstamos son mujeres.

a) Asociación para el Desarrollo de las Cajas Rurales (PROCAJA)

PROCAJA, asociación privada sin fines de lucro, inicia en 1996, con el Programa de Cooperación con el Fondo de Emergencia Social en el cual participan el Gobierno Panameño y la Comunidad Económica Europea. PROCAJA, hace llegar el servicio a través de las cajas rurales, que funcionan como sucursales descentralizadas, ubicadas en las áreas rurales donde viven los usuarios de los servicios. PROCAJA ofrece crédito a los usuarios asociados, a una tasa de interés comercial, de acuerdo con las características del préstamo, se utiliza una metodología de grupos solidarios (de tres y siete personas) con buenas

referencias crediticias dentro y fuera de la comunidad donde residen, con garantía solidaria, prendaria, hipotecaria o fiduciaria.

Actualmente Pro Caja Rural tiene un cartera de alrededor de U.S. \$309,000 colocados en unos 1,500 créditos y cuenta con casi 3,000 asociados. Dentro de la cartera crediticia de

PROCAJA la categoría “amas de casa” (se refiere a mujeres que ofrecen bienes o servicios desde su hogar) y representa el 30% del total; sin embargo, también hay mujeres en las otras categorías de los asociados atendidos en todo el período; a estas mujeres emprendedoras se les ha prestado el 41.4% de la cartera desembolsada al 2006.

Cuadro 2.7. COBERTURA DE PRÉSTAMOS DE INSTITUCIONES PERTENECIENTES A LA RED PANAMEÑA DE MICROFINANZAS EN LA REPÚBLICA DE PANAMÁ, POR SEXO. AÑO: 2006

Institución	Usuarios				Cartera		
	Total	Mujeres		Hombres		Activa	Rural
		Cantidad	%	Cantidad	%		
Centro de Gestión Local	60	23	38%	37	62%	23,463	62
Centro de Estudios, Promoción y Asistencia Social	130	59	45%	71	55%	70,000	70
Cooperativa Juan Pablo I	40	7	18%	33	82%	66,500	58
Cooperativa Juan XXIII	1,639	524	32%	1,115	68%	3,778,625	45
Institución para el Desarrollo Económico Auto sostenible	142	54	38%	88	62%	75,198	33
MICROSERFIN	5,528	2,819	51%	2,709	49%	4,897,865	15
Asociación para el Desarrollo de Cajas Rurales	2,943	1,265	43%	1,678	57%	432,000	100
Total	10,482	4,752	38%	5,730	62%	9,343,651	55

Fuente: Elaboración propia en base a datos de REDPAMIF, Presentación de Víctor Vega, 1er. Foro Panameño de Microfinanzas, Febrero de 2006

b) Centro de Estudios, Promoción y Asistencia Social (CEPAS)

Actualmente CEPAS continúa la actividad de comunicación iniciada con el Programa para la Promoción de la igualdad de oportunidades en Panamá (Pro-igualdad) de la Unión Europea, llevan a cabo desde 1999 en Veraguas el programa radial Atizando el Fogón, la voz de la mujer rural como una alternativa para incorporar la perspectiva de género en los medios de comunicación, programa que se ha convertido en parte integral de la audiencia campesina. Desde sus inicios ha sido dirigido y producido por un equipo de mujeres que, desde las comunidades, transmiten informaciones y desarrollan segmentos de autoestima, estereotipos y masculinidad, entre otros; que sirven para despertar la conciencia de las mujeres y exigir el respeto de su dignidad y sus derechos dentro de la sociedad. Estas mujeres comunicadoras sociales rurales ofrecen temas orientados hacia salud, aspectos legales, violencia doméstica y otros que crean herramientas que sirvan a las mujeres del campo en su diario vivir dentro de sus comunidades y en el hogar.

c) Centro de Gestión Local (CEGEL)

Este centro, ubicado en la provincia de Darién, es una organización multiétnica que reúne a 46 asociaciones de base comunitaria y a autoridades comarcales e instituciones gubernamentales, con el propósito común de mejorar su bienestar social, económico, ambiental y cultural. A través de CEGEL han logrado definir los problemas que más les preocupan y organizarse para superarlos.

La creación del CEGEL es el resultado más importante de un proyecto de desarrollo local impulsado por Capacidad 2015, un programa del PNUD -Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo- cuyo objetivo principal es fortalecer la capacidad de los gobiernos y de las comunidades locales para poner en marcha iniciativas de desarrollo sostenible que aporten al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio. El PNUD fortalece a través de CEGEL la capacidad institucional del sector público, contribuyendo a que el Estado haga uso eficiente de los recursos destinados a proyectos de desarrollo en las áreas de salud, educación, obras públicas y vivienda, lo que ha representado ahorros por el orden de los 80 millones de dólares.

d) Cooperativa de Servicios Múltiples Juan XIII

Fue creada en enero de 1966, como una respuesta al trabajo que había iniciado CEPAS, alternativa promovida por la Iglesia Católica, para hacer frente a la situación de marginalidad social, económica y cultural de la provincia de Veraguas. Parte del trabajo consistió en la detección de líderes naturales de las comunidades e incorporación de los mismos grupos cooperativos que luego fueron capacitados. Estos líderes, se han constituido en la piedra angular del desarrollo socioeconómico de la Cooperativa, siendo éstos o sus descendientes los que hoy día dirigen y administran las actividades de la Cooperativa, que tiene como objetivo principal lograr la capacidad de competir, para alcanzar niveles razonables de rentabilidad con la participación de la membresía.

Los asociados de la Cooperativa JUAN XXIII, R.L. participan como requisito inicial, del seminario para aspirantes y pagan un monto de U.S. \$20.00. Entre los beneficios para los asociados se incluyen la cobertura de costos médicos, becas y los servicios financieros, para los cuales el asociado debe haber pagado un mínimo de U.S. \$90.00 en aportaciones y tener un año de pertenecer a la organización. Los Servicios que brinda incluyen la compra y venta de mercancía en general, producción de alimentos balanceados para alimentación animal, procesamiento y venta de productos avícolas, centro de reproducción e incubación de huevos fértiles, y servicios de ahorros y préstamos.

Actualmente la cartera de la Cooperativa Juan XXIII asciende a la suma de U.S. \$4,356,360, colocada en 3,439 prestatarios, lo que arroja un crédito promedio de U.S. \$1,266. Resulta difícil estimar es el volumen de estos servicios correspondientes a microcrédito y a otros servicios financieros como por ejemplo créditos a asalariados.

e) COLAC – FIN COLAC Financiera de la Confederación Latinoamericana de Cooperativas de Ahorro y Crédito.

COLAC, fundada el 28 de agosto de 1970 por acuerdo del Consejo de Administración de

diversas organizaciones nacionales de cooperativas financieras de América Latina, es un organismo de representación cooperativa de ahorro y crédito, entidad no gubernamental de intermediación financiera y ente coordinador de toda una red de cooperativas de ahorro y crédito en América Latina. COLAC proporciona servicios especializados y complementarios de intermediación financiera, apoyo político y transferencia empresarial a su membresía en América Latina. Al 31 de marzo de 2006, último dato con el que se cuenta, la cartera de microcrédito ascendía a U.S. \$543,134.95, colocados en unos 472 clientes cooperativistas.

f) Institución para el Desarrollo Económico Auto-Sostenible - IDEAS

El objetivo general de la Fundación IDEAS es promover el desarrollo transformador sostenible en las comunidades marginadas de Panamá con valores cristianos, para lo cual cuenta con programas de Desarrollo Rural Sostenible (Agricultura Sostenible, Salud Rural, Capacitación y Desarrollo Comunitario) y de Desarrollo Económico (Microfinanzas y Gestión Empresarial).

Los grupos metas con las Comunidades marginadas, Familias, Empresarios de la microempresa, Pequeños productores, etc. La Fundación IDEAS tiene nivel de cobertura nacional con prioridad en Veraguas, comarca Ngabe-Buglé, áreas marginadas de provincias centrales, áreas marginadas de Chiriquí y Bocas del Toro (incluye: región Teribe), Darién (Comarca Emberá Wonnán). En lo relativo a financiamiento, el Programa de Desarrollo Económico (1995-2006), que cubre la provincia de Veraguas y que tiene algunos beneficiarios en las provincias de Coclé y Herrera, otorga financiamiento a las familias e individuos que no tienen acceso a la banca tradicional, mediante metodologías de financiamiento individual y grupos productivos. Los montos se ubican entre los U.S. \$250.00 y U.S. \$2,000.00. Entre 1996 y 2006 se han otorgado 1,056 préstamos (mujeres el 32% y el 68% en el orden de esos años) y se han desembolsado: U.S. \$1,338,821.27. La Cartera vigente al 2006 (142 préstamos) es de U.S. \$130,077.17 colocada en unos 200 clientes activos.

CAPÍTULO 3:

EL ROSTRO FEMENINO DEL EMPRENDIMIENTO EN PANAMÁ

3.1. Las Mujeres en el mercado laboral en Panamá

3.1.1. Participación Femenina en la Población Económicamente Activa (PEA)

La población económicamente activa femenina ha ido creciendo a través de los años, incluye unas 550,436 mujeres, que representa el 38% de la PEA total en el año 2007. (Véase Cuadro 3.1.), la PEA masculina fue de 62% en el mismo período. Entre los factores que motivan hoy a las mujeres a una mayor participación en el mercado de trabajo se destacan: menor cantidad de hijos, mayor nivel educativo, crecimiento del número de mujeres jefas de hogar, alto costo de la vida, desempleo del cónyuge y de otros familiares, estrategias de sobrevivencia en el hogar, búsqueda de superación e independencia, reconocimiento de su participación en todos los niveles de la vida económica y social, y cambios en el papel tradicional de las mujeres, entre otras.

Cuadro 3.1. POBLACIÓN DE 15 AÑOS Y MÁS EDAD EN LA REPÚBLICA, POR SEXO Y SEGÚN CONDICIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA. AÑOS 2005-2007

Población y Sexo	Años					
	2005		2006		2007	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
Población Total	2,216,285	100.00%	2,262,998	100%	2,309,763	100%
Hombres	1,089,796	49.17%	1,116,103	49.32%	1,133,104	49.06%
Mujeres	1,126,489	50.83%	1,146,895	50.68%	1,176,659	50.94%
Brecha H/M	-36,693		-30,792		-43,555	
Población Eco. Activa Total	1,407,548	100.00%	1,417,736	100.00%	1,448,532	100.00%
Hombres	874,947	62.16%	891,925	62.91%	898,096	62.00%
Mujeres	532,601	37.84%	525,811	37.09%	550,436	38.00%
Brecha H/M	342,346		366,114		347,660	
Población Ocupada Total	1,269,885	100.00%	1,294,937	100.00%	1,357,059	100.00%
Hombres	808,117	63.64%	830,654	64.15%	854,043	62.93%
Mujeres	461,768	36.36%	464,283	35.85%	503,016	37.07%
Brecha H/M	346,349		366,371		351,027	
Población Desocupada Total	137,663	100.00%	122,799	100.00%	91,473	100.00%
Hombres	66,830	48.55%	61,271	49.90%	44,053	48.16%
Mujeres	70,833	51.45%	61,528	50.10%	47,420	51.84%
Brecha H/M	-4,003		-257		-3,367	
Pob. No Eco. Activa Total	808,737	100.00%	845,262	100.00%	861,231	100.00%
Hombres	214,849	26.57%	224,178	26.52%	235,008	27.29%
Mujeres	593,888	73.43%	621,084	73.48%	626,223	72.71%
Brecha H/M	-379,039		-396,906		-391,215	

Fuente: Contraloría General de la República, Encuesta de Hogares, agosto 2005-2007.

Existen serias limitantes para la participación económica de las mujeres, en especial la responsabilidad asignada al cuidado de los niños y niñas; además, persiste la resistencia tradicional, propia de la insostenible concepción del proveedor, que inclina a los hombres a impedir que sus parejas trabajen fuera del hogar. La tasa de participación masculina ha sido casi el doble que la femenina en el período (62% versus 38% respectivamente), sin embargo, se ha verificado una incorporación importante de mujeres al mundo laboral, entre 2005 y 2007 este aumentó un 1%.

Por otro lado, del total de la población desocupada un 51.84% corresponde a mujeres, en condiciones que la participación de las mujeres entre la económicamente activa es de un poco más de un tercio y algo similar sucede con la población femenina ocupada. Persiste también una significativa proporción de mujeres bajo la engañosa clasificación de mujeres no activas que alcanza el 72.71%. Con ello se evidencia la gran brecha entre hombres y mujeres, que muestra la participación mayoritaria del hombre y la fuerte masculinización del mercado laboral panameño.

La tasa de desempleo total en el país disminuyó en 2007 respecto a 2006, de 8.7% a 7.3%, según las cifras de la Contraloría General de la República, que se desprenden del Cuadro 3.2. Los números indican que a las mujeres les cuesta más trabajo conseguir un empleo que a los hombres.

De igual forma, los cambios experimentados en la estructura del mercado de trabajo muestra que, al darse una reducción del empleo en el sector formal público, se producen incrementos en el trabajo informal femenino, así podemos ver en el Cuadro 10, en el caso de Panamá, la disminución de 11% en el 2005, a 10% en el 2006 de mujeres asalariadas en el sector formal, corresponde al incremento del empleo informal en las mujeres de un 42% en el 2005 a un 43% en el 2006.

Este último aparece como una realidad o estrategia para procurarse ingresos para su manutención, y muchas se convierten en emprendedoras, a pesar de que generalmente no se ven en ese rol, sino como asalariadas. La falta de educación financiera y administrativa, además de las dificultades de acceso al crédito y a nuevas tecnologías son sólo algunos de los obstáculos que enfrentan las mujeres que se dedican principalmente a la preparación y expendio de alimentos, a la confección y venta de artesanías, a la modistería y a ser operarias de belleza.

Cuadro 3.2. SITUACIÓN LABORAL DE LA POBLACIÓN DE 15 AÑOS Y MÁS EN LA REPÚBLICA DE PANAMÁ, POR SEXO. AÑOS: 2006-2007

Población y Sexo	2006	2007
Total	2,262,998	2,309,763
Hombres	1,116,103	1,132,972
Mujeres	1,146,895	1,176,791
Económicamente Activa	1,417,736	1,449,318
Hombres	891,925	898,066
Mujeres	525,811	551,252
Tasa de Participación de la PEA	62.60%	62.75%
Hombres	79.90%	79.27%
Mujeres	45.80%	50.95%
Tasa de Desempleo	8.70%	7.30%
Hombres	6.90%	5.30%
Mujeres	11.70%	10.60%
Tasa de Desempleo Abierto	6.70%	5.30%
Hombres	5.40%	3.70%
Mujeres	8.90%	8.10%

Fuente: Encuesta Continua de Hogares, Contraloría General de la República y el MITRADEL

Cuadro 3.3. EMPLEO INFORMAL Y EMPLEO EN EL SECTOR INFORMAL DE CINCO PAÍSES DE AMÉRICA LATINA, POR SEXO, AÑOS: 2005 - 2006. En valores porcentuales

País, año y sexo		Empleo Informal (a)			Empleo en el sector informal
		Total	Asalariado	Asalariado en el Sector Formal	
Colombia					
2005	Total	63.5	42.6	22.7	52.5
	Hombres	64.2	43.3	26.9	55.6
	Mujeres	62.5	41.8	17.1	48.5
2006	Total	62.2	42.2	22.0	51.5
	Hombres	62.6	41.7	25.3	54.7
	Mujeres	61.7	42.8	17.7	47.6
Ecuador					
2005	Total	71.3	70.1	61.7	38.6
	Hombres	71.3	71.9	64.6	39.2
	Mujeres	71.5	67.1	57.0	37.8
2006	Total	72.2	70.6	62.8	39.8
	Hombres	71.9	73.2	65.9	39.2
	Mujeres	72.7	66.1	57.2	40.7
México					
2005	Total	54.8	47.0	35.9	28.7
	Hombres	53.9	47.3	37.4	30.6
	Mujeres	56.0	46.6	33.6	25.9
2006	Total	53.9	46.6	33.6	25.9
	Hombres	52.9	46.6	37.5	29.1
	Mujeres	55.3	45.5	32.5	26.2
Panamá (b)					
2005	Total	44.1	27.6	14.6	30.8
	Hombres	45.3	26.9	17.0	35.5
	Mujeres	42.4	28.5	11.2	24.0
2006	Total	43.4	26.6	14.6	29.3
	Hombres	43.7	24.8	17.3	33.2
	Mujeres	43.0	29.1	10.3	23.7
Perú					
2005	Total	78.0	63.4	49.8	54.2
	Hombres	43.8	60.5	49.1	51.9
	Mujeres	83.1	67.7	51.0	57.1
2006	Total	75.9	60.3	45.3	52.9
	Hombres	71.7	57.6	45.3	50.6
	Mujeres	81.3	64.3	45.4	55.7

(a) El empleo informal comprende a los trabajadores, cuya relación de trabajo no está sujeta a la legislación laboral nacional, el impuesto sobre la renta, la protección social o determinadas prestaciones relacionadas con el empleo, ya se ocupen estos en empresas del sector formal, empresas del sector informal, o en hogares.

(b) Contraloría General de la República, Dirección de Estadísticas y Censos, Encuesta de Hogares, agosto de 2005 y 2006
Fuente: Estimación elaborada por la OIT con base a información de las Encuestas de Hogares de los países seleccionados, con cobertura urbana.

Fuente: Estimación elaborada por la OIT con base a información de las Encuestas de Hogares de los países seleccionados, con cobertura urbana.

3.1.2. La mujer emprendedora como actora económica

Es importante destacar que en Panamá, el comportamiento de los sectores de la actividad económica ha sido altamente diferenciado, destacándose un crecimiento marcado en la actividad terciaria, mientras que las actividades primarias y secundarias han sido más reza-gadas en las últimas décadas. La participación femenina en estas actividades productivas puntualizamos que, el Sector Gubernamental y Personal (Servicios) es el mayor empleador femenino con 236,684 de las 550,436 mujeres económicamente activas, lo cual representa un 43% en el año 2007, (Ver cuadro 3.4.).

Cuadro 3.4. POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA POR CONDICIÓN DE ACTIVIDAD PRODUCTIVA, EN LA REPÚBLICA DE PANAMÁ. AÑOS: 2005-2007

Actividad	PEA 2005			PEA 2006			PEA 2007		
	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Muje-res	Total	Hom-bres	Mujeres
Total	1,407,458	874,947	532,511	1,417,736	891,925	525,811	1,448,532	898,096	550,436
Sector Pri-mario	249,869	217,295	32,574	258,704	225,562	33,142	258,147	219,067	39,080
Agricultura, ganadería, caza y silvi-cultura	233,991	201,893	32,098	243,141	210,481	32,660	246,439	207,720	38,719
Pesca	14,575	14,113	462	15,563	15,081	482	11,708	11,347	361
Explotación Minas y Can-teras.	1,303	1,289	14	2,568	2,298	270	3,781	3,499	282
Sector Se-cundario	341,943	274,295	67,648	353,290	284,318	68,972	367,128	296,574	70,554
Industrias Manufactu-reras	126,556	77,043	49,513	128,163	79,335	48,828	126,191	76,577	49,614
Suministro de electri-cidad, gas y agua	8,336	6,954	1,382	9,045	7,084	1,961	9,132	6,518	2,614
Construcción	109,190	105,456	3,734	119,262	114,704	4,558	134,935	129,953	4,982
Transporte, almacena-miento y comunica-ciones	97,861	84,842	13,019	96,820	83,195	13,625	96,870	83,526	13,344
Sector Comercial y Financiero	430,413	235,033	195,380	425,474	236,383	425,210	440,973	237,135	203,838
Comercio mayor/menor	256,473	151,602	104,871	255,169	153,326	101,843	264,205	152,810	111,395
Restaurantes y hoteles	78,867	30,582	48,285	71,855	26,897	44,958	73,959	28,782	45,177
Intermedia-ción Finan-ciera	26,729	10,504	16,225	27,894	11,839	16,055	31,122	12,283	18,839
Act. Inmobi-liarias	68,344	42,345	25,999	70,556	44,321	262,354	71,687	43,260	28,427

Sector Gubernamental y Personal	385,233	148,324	236,909	377,700	143,364	234,336	378,503	141,821	236,684
Administración pública y defensa	76,971	43,643	33,328	76,538	44,897	31,641	82,943	48,245	34,698
Enseñanza	70,832	24,013	46,819	71,279	23,457	47,822	72,379	25,008	47,371
Serv. Sociales y salud	52,089	16,218	35,871	50,842	16,825	34,017	52,680	16,738	35,942
Otras act. Sociales y personales	80,362	45,922	34,440	76,160	43,759	32,401	69,716	36,851	32,865
Hogares / Servicio Doméstico	80,514	9,389	71,125	84,359	8,083	76,276	84,988	8,642	76,348
Organismos extraterritoriales.	642	133	509	1,028	625	403	554	278	276
ANBE (1)	23,823	9,006	14,817	17,494	5,718	11,776	15,243	6,059	9,184

(1) Actividades no bien especificadas

Fuente: Elaboración propia en base a banco de datos del SIAL/OIT- Contraloría General de la República. Encuesta de Hogares

De igual forma, entre los subsectores que, en términos de empleo brindan mayores oportunidades a las mujeres, se encuentra el comercio que involucra a más de 111 mil mujeres, y en menor grado el turismo, enseñanza y el servicio doméstico.

Las mujeres en Panamá, históricamente se han concentrado en actividades menos valorizadas socialmente, mientras que los hombres ocupan los puestos de mayor reconocimiento para la sociedad. En términos de actividades económicas y de acuerdo con el mismo Cuadro 9, durante los años 2005, 2006 y 2007, la mayoría de las mujeres laboraban en servicios, comercio e industrias.

Una explicación al fenómeno de la alta participación de las mujeres, como actoras económicas, en los sectores que brindan servicios, puede partir de la preparación académica que resulta indispensable para acceder a los mercados con mayores probabilidades de éxito, y con mejores salarios. En este sentido, las estadísticas educativas a nivel de pregrado (Cuadro 3.5.) señalan la participación de más mujeres que hombres, sin embargo, existe una mayor participación masculina en casi todos los sectores potenciales para el crecimiento económico nacional, con exclusión del subsector de restaurantes y hoteles, intermediación financiera, enseñanza, salud y el de servicio doméstico; lo cual implica la necesidad de que las mujeres invadan espacios y rompan esquemas, a fin de acceder a sectores con mayor remuneración.

Cuadro 3.5 MATRÍCULA A NIVEL DE PREGRADO EN LA UNIVERSIDAD DE PANAMÁ POR SEXO, SEGÚN SEDE Y SEMESTRE. AÑO: 2007

Sede	Total	Sexo		Participación de mujeres
		Hombres	Mujeres	
Primer semestre				
Total	63,762	21,434	42,328	66.38%
Campus	37,104	13,304	23,800	64.14%
Centros Regionales	24,536	7,238	17,298	70.50%
Extensiones Docentes	1,372	401	971	70.77%
Segundo Semestre				
Total	53,816	18,000	35,816	66.55%
Campus	31,153	11,186	19,967	64.09%
Centros Regionales	20,792	6,006	14,786	71.11%
Extensiones Docentes	1,151	334	817	70.98%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la www.up.ac.pa

En el empleo total según categoría, las mujeres constituyen una minoría en todos los segmentos, con excepción de los anteriormente acotados; de 378,503 empleos en el Gobierno, 236,684 corresponden a mujeres, es decir cerca del 62%. En el sector secundario, la empresa privada emplea de un total de 367,128 personas a 70,557 mujeres, lo cual representa apenas un 20%, es decir, de 296,574 empleos privados, casi el 80% corresponde a empleos masculinos, con lo podríamos suponer que existen razones específicas, por parte del patrono, para la contratación de hombres.

Entre los sectores con mayores posibilidades de dinamizar la economía nacional, se destacan el turismo, las telecomunicaciones, transporte (actividades marítimas y portuarias, transporte multimodal) y actividades productivas que se fomenten en las áreas revertidas. Las mujeres, que representan en promedio el 50.94% de la Población de 15 años y más de edad en Panamá y cuyos niveles educativos sobrepasan el de los varones, tienen un gran potencial para aprovechar las oportunidades de un entorno internacional favorable, ya sea a través de emprendimientos o como asalariadas.

3.2. La Mujer y su Aporte al Proceso Productivo

Tradicionalmente, cuando hablamos de patrimonio empresarial, se hace referencia a sus activos, ya sean fijos o circulantes, sin embargo, nunca se considera otros aspectos que, desde nuestra perspectiva, son poderosos activos, estos son los activos intangibles.

Los activos intangibles son parte importante del valor de mercado de las empresas y organizaciones en general, su análisis se dificulta por las limitaciones de la contabilidad tradicional, que no proporciona la información suficiente, en relación con la medición y valuación de dichos recursos.

Se ha destacado la importancia de los activos intangibles, especialmente del conocimiento, como elementos generadores de valor, en consecuencia se da mayor importancia a los recursos físicos y monetarios, sin tener presente que la identificación de los activos intangibles es una nueva realidad que proporciona, al ente que los valora, mayor eficiencia y verdaderas fuentes de creación de valor. Este es el caso de las mujeres emprendedoras, cuyos activos intangibles no se valoran en el mercado microfinanciero, en los cuales se busca avales en activos fijos o de capital.

3.2.1. Activos intangibles de las mujeres emprendedoras

Algunos Activos intangibles de las mujeres emprendedoras son:

- tiempo dedicado por las mujeres a capacitarse,
- destrezas y conocimientos propios en la elaboración de productos,
- alta autoestima y valoración,
- deseos de superación profesional y empresarial, espíritu de lucha,
- interés, por la aplicación de controles y priorización de la cobertura de préstamos,
- experiencia en toma de decisiones y en la administración que nacen en el seno familiar,
- deseos de independencia y de acabar con la subordinación económica,
- facilidad para socializar con otras personas (clientes) fuera del grupo familiar,
- capacidad de subsistencia a diferencia de deseos de paternalismo estatal,
- indiscutible capacidad de organización, para asumir responsabilidades simultáneas en la empresa y en el hogar, como también la
- capacidad de mantener y hacer crecer el negocio.

3.2.2. Relación mujer emprendedora y Ama de Casa

El modelo ortodoxo de familia con padre proveedor y madre ama de casa era apoyado por las políticas laborales y sociales que daban forma al empleo característico del período, que garantizaban a los hombres la estabilidad, continuidad en el tiempo, una jornada de trabajo estandarizada, un ingreso familiar y seguridad social para él y su familia. Como resultado, el trabajo social total necesario para sostener la vida humana se separó entre el trabajo de mercado y el del hogar, y entre los sexos. La vida de las mujeres se redujo al estrecho espacio de lo doméstico y excluida de diversas formas de participación pública.

El sistema económico, como un todo, se sustenta en gran parte en el trabajo reproductivo no remunerado realizado generalmente por mujeres en sus hogares, con alto valor social agregado. Un debate pendiente y sobre el cual se ha avanzado mucho, pero sin lograr acuerdos que se reflejen en los sistemas de estadísticas, es sobre la medición del aporte a la economía de este trabajo socialmente imprescindible, pero económicamente invisibilizado y por lo tanto devaluado.

Satisfactoriamente, se rompen estos esquemas y la mujer incursiona y aporta al proceso productivo de distintas formas, una de ellas, a través de los emprendimientos. Las mujeres emprendedoras son entes multiplicadores de la cultura familiar, su manejo del presupuesto familiar, el conocimiento de sus hijos y esposos, el manejo de situaciones de crisis y su

capacidad de administrar recursos limitados ante necesidades múltiples del hogar, la lleva a tener una gran capacidad de gestión empresarial, implícita, pero que se manifiesta cuando ejerce como emprendedores. En la medida en que las mujeres emprendedoras se ubican en las actividades artesanales, micro y pequeñas industrias (panaderías, cocina, repostería, etc.) están aportando al crecimiento de los sectores primarios y secundarios de la economía. La dinámica nacional es que estos sectores tienden a disminuir su participación en el Producto Interno Bruto (PIB).

Por otro lado, es necesario resaltar que cualquier ente social organizado se convierte en una fuerza económica. Para ser una fuerza económica, basta con organizarse e interrelacionarse con iguales organizaciones, tal es el caso de las cooperativas. Sin embargo, para ser una fuerza política esta fuerza económica (es decir las organizaciones) deben tener una misión y visión de su rol en la sociedad y caminar hacia esa dirección.

En estos momentos todas las mujeres no representan una fuerza económica, puesto que su nivel de organización es incipiente y su deserción les impide internacionalizarse. Este tipo de estudio debe servir para promover el fortalecimiento organizacional, mientras que las instituciones que avalúan estos proyectos deben ser puentes para promover la interrelación organizacional.

Si las mujeres emprendedoras se organizan y se convierten en una fuerza económica, podrían dejar de ser un ente pasivo y convertirse en una verdadera fuerza económica, puesto que dejarían de ser entes pasivos y receptivos y se convertirían en un ente propositivo. Un poco lo que ocurre en el hogar, donde la mujer no trabaja y luego empieza a trabajar, deja de generar gastos y aporta ingresos. Pero además comienza a ver el mundo desde arriba, desde una perspectiva más amplia.

3.2.3. Relación Economía Productiva y Reproductiva de las Mujeres Emprendedoras

La jornada de trabajo diaria y la distribución de ese tiempo de trabajo, son cruciales en la relación y/o conciliación con el trabajo (economía productiva) y la vida reproductiva de las mujeres emprendedoras. De esta forma, con el pasar del tiempo, la jornada laboral deja de ser única y surge nuevas formas de distribución y extensión del tiempo de trabajo que supone una trabajadora disponible las 24 horas del día, lo cual perturba cualquier posibilidad de vida familiar compartida con la pareja o los hijos. La tónica es la imprevisibilidad en especial para las mujeres que siguen a cargo, en gran medida, del trabajo del cuidado y atención familiar a la vez que se integran crecientemente al mercado laboral, como opción de autonomía y para mejorar el nivel de vida familiar, a través del desarrollo de algún tipo de emprendimiento. Lo anterior también riñe e invade los espacios destinados a satisfacer otros requerimientos necesarios para la familia, el descanso y la formación laboral y personal de toda mujer.

Conciliar estas dos responsabilidades afecta, de manera especial, a las mujeres quienes conservan la responsabilidad asignada socialmente del trabajo doméstico y del cuidado, al mismo tiempo que se integran al mercado laboral de forma creciente. Y surge entonces, una multiplicidad de situaciones desfavorables:

- Riesgos para su salud física y mental asociados al aumento de su carga en relación con el empleo y el bienestar familiar.
- Orientación de las mujeres hacia trabajos más informales que les permiten satisfacer las necesidades de la vida doméstica y familiar, pero que son frecuentemente precarios.
- Mayor demandada de presencia en el hogar, a partir de las tareas reproductivas que interrumpen sus trayectorias laborales y pierden por esto opciones de mayor capacitación
- Mayor probabilidad de pobreza en la vejez, porque no han acumulado suficientes fondos de previsibilidad.
- Peor aún la presión de la sociedad que culpabiliza a las mujeres por los riesgos a los que hijos e hijas están expuestos, factor que afecta la decisión de ingresar o no al mercado de trabajo, y de formar o no a una familia.

Ello nos lleva a plantear la necesidad de nuevas políticas públicas, que no se deriven ni se sustenten sobre la base del modelo de la familia tradicional de padre proveedor y madre ama de casa, ya que las mismas no responden a las necesidades de la reproducción de la sociedad actual.

CAPÍTULO 4:

CARACTERIZACIÓN DE EMPRENDIMIENTOS FEMENINOS EN PANAMÁ

4.1. Estudio de Caso Urbano: Las Mujeres de San Roque

Uno de los principales aportes del presente estudio consiste en realizar un reconocimiento territorial de emprendimientos económicos de las mujeres y el acceso a los programas y oportunidades que ofrecen las políticas públicas en Panamá, en los ámbitos rural y urbano; sobre esa base se describe la micro localización del emprendimiento Mujeres de San Roque, que se encuentra geográficamente ubicado en la provincia de Coclé, distrito de Aguadulce, corregimiento de Aguadulce, poblado de San Roque.

4.1.1. Perfil de la Región

4.1.1.1. Aspectos Generales de la Provincia de Coclé

La provincia de Coclé fue fundada en 1848, posee una superficie aproximada de 4,949.78 Km², una población de 227,047 habitantes, distribuidos en seis distritos, a razón de 45 habitantes por kilómetro cuadrado. La ubicación geográfica de estos distritos se aprecia en el mapa adjunto.

En cuanto al distrito que nos ocupa, Aguadulce, cuenta con una superficie de 469.68 Km² y está integrado por los corregimientos de: Barrios Unidos, El Cristo, El Roble, Pocrí y Aguadulce, en donde se ubica el barrio de San Roque. Datos generales se pueden observar en el Cuadro 4.1



Cuadro 4.1. DATOS GENERALES DE LA PROVINCIA DE COCLÉ, REPÚBLICA DE PANAMÁ. AÑO: 2005

Distritos	Fundación	Superficie en Km	Corregimientos
Aguadulce	1848	469.687	Aguadulce, Barrios Unidos, El Cristo, El Roble, Pocrí
Antón	1855	748.188	Antón, Caballero, Cabuya, El Chirú, El Retiro, El Valle, Juan Díaz, Río Hato, San Juan de Dios, Santa Rita.
La Pintada	1848	1,030.745	El Harino, El Potrero, La Pintada, Las Lomas, Llano Grande, Piedras Gordas
Nata	1522	605.429	Capellanía, El Caño, Guzmán, Las Huacas, Nata, Toza
Olá	1855	386.037	El Copé, El Palmar, El Picaho, La Pava, Olá
Penonomé	1855	1,709.699	Cañaveral, Chiriquí Arriba, Coclé, El Coco, Pajonal, Penonomé, Río Indio, Río Grande, Toabré, Tulú
Total		4,979.78 Km ²	

Fuente: Sistema de Indicadores de la Niñez, Adolescencia y la Mujer en Panamá, SINAMP, Contraloría General de la República.

4.1.1.2 Aspectos Generales del Distrito de Aguadulce

Más del 50% de los pobladores del distrito de Aguadulce son mujeres, es decir que existen 4,472 mujeres en el corregimiento de Aguadulce de un total de 8,631 pobladores del corregimiento, lo que representa una participación importante del 52% de las mujeres. (Ver Cuadro 4.2.).

En general el Distrito, de acuerdo con datos del Programa Nacional para las Naciones Unidas (PNUD), presenta buenos Indicadores de Desarrollo Humano (IDH) en correspondencia con indicadores de las áreas urbanas. Por ejemplo podemos citar que el corregimiento de Aguadulce presenta ingresos promedio de \$3,243 cifra superior al promedio de áreas urbanas en Panamá que corresponde a \$3,224; de igual forma, supera los indicadores de niveles de ocupación, datos que se reflejan en el Cuadro 4.3. el cual presenta el comportamiento de otros IDH para este Distrito.

Cuadro 4.2. POBLACIÓN DEL DISTRITO DE AGUADULCE, PROVINCIA DE COCLÉ, REPÚBLICA DE PANAMÁ, SEGÚN SEXO, POR CORREGIMIENTO. AÑO: 2006

Corregimiento	Población			Participación Mujer
	Total	Hombres	Mujeres	
Total Provincia	224,047	117,223	109,824	49.02%
Total Distrito	45,057	22,530	22,527	50.00%
Aguadulce	8,631	4,159	4,472	51.81%
El Cristo	4,289	2,254	2,035	47.45%
El Roble	8,870	4,534	4,336	48.88%
Pocrí	13,353	6,732	6,621	49.58%
Barrios Unidos	9,914	4,851	5,063	51.07%

Fuente: Contraloría General de la República, Dirección de Estadística y Censo, Situación Demográfica, Proyecciones 2000-2020.

Cuadro 4.3. INDICADORES DE DESARROLLO HUMANO EN EL DISTRITO DE AGUADULCE, PROVINCIA DE COCLÉ, POR CORREGIMIENTO. AÑO: 2000

Indicadores	Total País	Área Urbana	Área Rural	Corregimientos				
				Aguadulce	El Cristo	El Roble	Pocrí	Barrios Unidos
Ingreso Promedio en USA Dólares	2377	3224	968	3243	1300	1715	1924	1679
PEA Ocupada con Salario Mínimo, en %	68.5	81.0	42.5	81.9	61.0	73.6	74.6	74.3
Viviendas con Materiales Aceptables en %	83.4	95.2	61.7	94.3	87.9	85.2	87.4	87.1
Viviendas con todos los indicadores aceptables, en %	52	59.6	37.9	73.6	75.5	73.2	53.3	46.9
Alfabetismo, en %	92.3	97.4	83.3	97.2	94.7	94.7	96.2	96.9
Esperanza de Vida, en años.	73.9	77.5	69.6	75.4	75.4	75.4	75.4	75.4

Fuente: PNUD, INHD 2002. Basado en Información de la Contraloría General de la República.

4.1.2. Georeferenciación

La disponibilidad de inventarios y mapas geo referenciados tienen la facultad de devolverles a las mujeres de manera tangible, la ciudadanía y pertenencia al espacio geográfico como agentes del desarrollo económico, actuando a la vez como factor de empoderamiento y aumentando su capacidad de incidir en políticas a nivel local y nacional. Esto permite alimentar la ruta del debate sobre los modelos, programas económicos y la concertación de políticas económicas que respondan, efectivamente, a las potencialidades y necesidades del territorio y de la gente.

Adelante, presentamos la localización geográfica de la Empresa Delicias y Ricuras Caseras de la Organización Mujeres de San Roque, al igual que la ubicación de seis de las 15 casas de sus miembros, de las cuales se tomaron diversos puntos de referencia con un GPS (Sistema de Posicionamiento Global), el cual se puede observar en el Mapa 1 en la parte inferior derecha, con un área aproximada de 425 m² sombreada en color rosa; dichos puntos fueron tomados en formato UTM, con el sistema de NAD27 CANAL ZONE 17, que corresponde a Panamá (Tabla 4.1. y Tabla 4.2.).

En primer término presentamos los puntos tomados al establecimiento de Delicias y Ricuras Caseras:

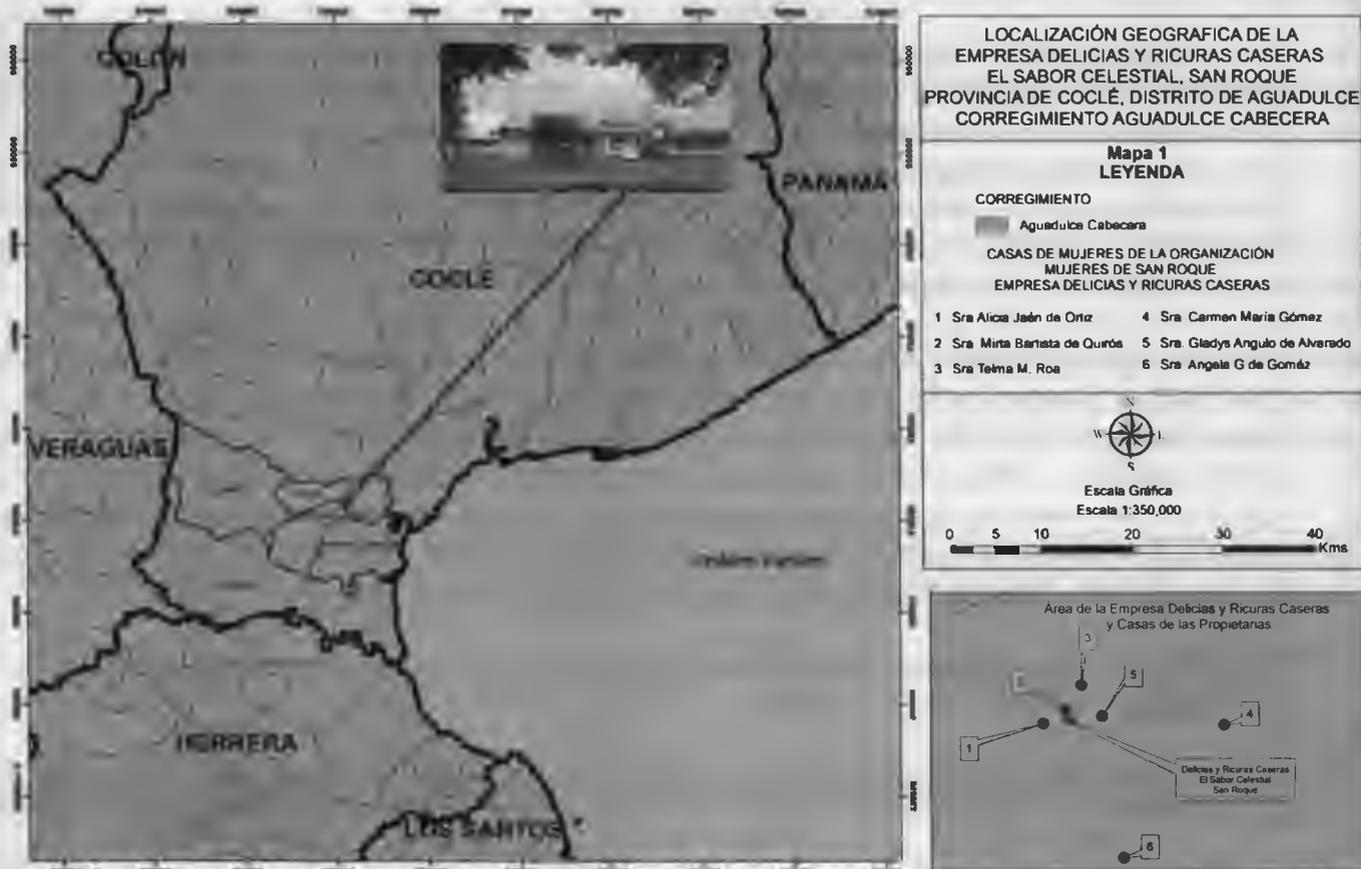
Tabla 4.1 COORDENADAS DE LA EMPRESA DELICIAS Y RICURAS CASERAS			
Punto	Coordenada Este	Coordenada Norte	
1	0549160	0911194	
2	0549150	0911196	
3	0549139	0911203	
4	0549138	0911208	
5	0549143	0911218	

De igual forma, los puntos de las residencias de las señoras que conformaban la empresa Delicias y Ricuras Casera, es la siguiente:

Tabla 4.2

Tabla 4.2 COORDENADAS DE ALGUNAS DE LAS SOCIAS DE LA ORGANIZACIÓN MUJERES DE SAN ROQUE			
Propietarias	Coordenada Este	Coordenada Norte	
Alicia Jaén de Ortiz	0549033	0911193	
Mirta de Quirós	0549132	0911251	
Telma Roa	0549204	0911364	
Carmen Gómez	0549841	0911187	
Gladis de Alvarado	0549296	0911226	
Ángela de Gómez	0549390	0910594	

Mapa 1



4.1.3. Emprendimiento

4.1.3.1. Historia y trayectoria de la organización

La Organización Mujeres de San Roque funda sus bases en 1997, cuando un grupo de amas de casa de esta comunidad, recibía cursos de manualidades, repostería y cocina dictados por el Prof. Juvenal Hernández (q.p.d.); motivadas por el Prof. Hernández a trabajar de forma asociada, desarrollan la idea sobre la base de los conocimientos aprendidos y luchan por establecer una organización, logrando su anhelo el 30 de enero de 2000, cuando se formalizan con la obtención de personería jurídica, cuya directiva (presidenta, tesorera, administradora y demás colaboradoras) logran ser reconocidas y respetadas dentro de la comunidad.

Está compuesta por 15 miembros que residen dentro del Corregimiento, quienes luchan unidas por hacer crecer su microemprendimiento. Estas emprendedoras pertenecen al sector de la tercera edad, e incluyen a jubiladas y amas de casa, que han logrado, a lo largo de sus 10 años de vida, progreso y éxitos, resumidos como sigue:

- de producir en sus casas a producir en un local comercial,
- de utilizar maquinarias manuales a nuevas y costosas tecnologías,
- de administración incipiente a una administración contable eficiente,
- ellas han recibido y reciben capacitaciones que les representan valor agregado,

- de amas de casas a microempendedoras de reconocido éxito, tanto a nivel barrial como a nivel gubernamental;
- generación de autoempleo, divorciado del paternalismo estatal;
- abastecen a una comunidad entera de productos alimenticios de calidad y de producción artesanal local,
- demostración de perseverancia, organización y responsabilidad, a través de 10 años de permanencia en el mercado;
- las Mujeres de San Roque son luchadoras innatas que aman lo que hacen, representan con orgullo el género, para las mujeres de la 3era edad y ejemplo para la juventud.

4.1.3.2. Tipificación de la Actividad

Esta microempresa posee una estabilidad de más de 10 años y se denomina: Delicias y Ricuras Caseras. Actualmente su local de producción está establecido en un edificio facilitado a título gratuito, por el Municipio de Aguadulce. Básicamente se dedican a la elaboración y distribución de productos alimenticios a base de harina, específicamente panes y dulces caseros, en más de 50 variedades; sin embargo, de forma eventual y sobre pedido, también se dedican a elaboración de comidas criollas caseras para festejos o brindis

Esquema 3.1. TRAYECTORIA DEL EMPRENDIMIENTO:



De acuerdo con las nomenclaturas utilizadas por el Ministerio de Comercio e Industrias (MICI) la actividad de las Mujeres de San Roque, se tipifica como sigue:

- Categoría D: Industria Manufacturera
- División 15: Elaboración de Productos Alimenticios y de Bebidas
- Grupo 154: Elaboración de Otros Productos Alimenticios
- Clase 1541: Elaboración de Productos de Panadería

Generan una producción para el pequeño mercado local circunscrito al distrito de Aguadulce, principalmente a los corregimientos de la Cabecera del Distrito. De igual forma, la mano de obra y los insumos utilizados son locales, en beneficio directo de la región. Sus productos se distinguen por una alta calidad, lo cual les permite tener precios más altos que su competencia formada principalmente por panaderías administradas por asiáticos; quienes presentan mayor volumen, precios más bajos, pero que no tienen una calidad comparable con los productos de Delicias y Ricuras Caseras. Ellas comercializan sus productos, por medio de ventas ambulantes de casa en casa y a través de pedidos.

4.1.3.3. Responsabilidad Social

Las Mujeres de San Roque conscientes del compromiso que adquieren como microempresarias con la comunidad, llevan a cabo los siguientes proyectos de responsabilidad social:

- hacia el sector externo: las mujeres de San Roque, de forma gratuita, dedican tiempo a formar y capacitar a mujeres amas de casa de cualquier edad, en la producción y elaboración de panes y dulces, además de comidas caseras; con el fin de preparar el relevo generacional y dotar de herramientas a otras mujeres que coadyuven al logro de sus sueños.
- internamente, cumplen una gran responsabilidad con la sociedad, al hacer productivas a mujeres de la tercera edad, lo cual se traduce en salud, mejor nivel de vida, una vejez digna y mayores esperanzas de vida.

4.1.3.4. Aspectos Generales del Emprendimiento

La organización posee activos de gran valor, obtenidos a través de donaciones, éstos están conformados, en principio, por equipos industriales propios de la actividad, ya sea amasadoras, hornos, batidoras, congeladores, estufas, anaqueles, mobiliario, etc. Sus principales donantes han sido la Sociedad Nacional para el Desarrollo de Empresas y Áreas Rurales (SONDEAR) y la Organización Panamericana de la Salud (OPS), a estas organizaciones también las han dotado de importantísimos conocimientos, mediante capacitaciones y talleres no sólo de labores operativas, sino también de labores administrativas, claves en el sostenimiento organizado de este emprendimiento.

Los fondos con los que operan o capital de trabajo se conforman a partir del ahorro o capitalización del 40% de las ventas mensuales, los cuales reservan para reinvertir, de forma tal que les aseguran la producción para su mercado. El 60% restante de la venta se paga a las asociadas sobre la base de comisiones y, al final del año, distribuyen las ganancias del período.

Es importante señalar que las socias no reciben financiamiento externo, dado que cada asociada realiza aportes al proceso productivo sobre la base de la ganancia de cada una. Resulta interesante mencionar que este fondo ha crecido paulatinamente, a través de los años, en concordancia con el crecimiento de las ventas y posicionamiento del mercado. El negocio posee un total de 12 colaboradores, desglosados en ocho panaderas y dulceras, un hornero y tres vendedoras.

Los sueños empresariales de estas mujeres radican en obtener su registro sanitario para vender en otras provincias, el tener un local propio y un transporte tipo panel de reparto para distribuir sus productos, facilitar las ventas y dar mayor cobertura al mercado. Por otra parte, el principal problema de las Delicias y Ricuras Caseras consiste en no poseer un local propio, actualmente se ubican en la Casa Junta Comunal del Corregimiento, la cual ha sido concedida por espacio de diez años a estas mujeres, sin embargo se encuentran a expensas de la voluntad política del gobernante de turno. Estos detalles se desprenden de la Tabla 4.3 que contiene las respuestas al taller realizado a estas emprendedoras.

4.1.4. Historia de Vida de Lideresa de la Organización

Conozcamos la historia de trabajo de Martha de León Barrera, tesorera de la Organización de Mujeres de San Roque y lo que ha hecho y hace para desarrollarse como emprendedora:²³

Tengo 66 años y soy jubilada, a los 54 años empezó mi relación con las Mujeres de San Roque, de la cual soy fundadora. Yo llevo 11 años dentro de la organización, empecé como las demás compañeras, éramos simples amas de casa, después vino el profesor Hernández y nos motivó mucho para trabajar en nuestras casas y generar algo de ingreso, primero nos enseñó repostería y cocina y después nos señaló el camino para organizarnos formalmente.

Recuerdo que utilizaba el horno eléctrico de mi casa para asar el pan, las rosquitas y las primeras ventas fueron un gran motivo de felicidad para mí, ahorré y después compré una estufa con horno grande y podía tener más productos. Para recoger dinero para invertir y comprar la harina, realizamos rifas y tómbolas. Me siento muy feliz de hacer lo que hago porque me gusta y amo mis actividades, al punto que desde hace seis años entre todas me eligieron tesorera de la organización porque confían mucho en mí y saben que amo lo que hago.

Sus principales dificultades y obstáculos en el desarrollo del emprendimiento desde sus inicios hasta la actualidad:

Han sido muchos los obstáculos que hemos superado a través del tiempo, uno de los principales ha sido y es mantener la unidad entre nosotras, cada una a lo interno de nuestras familias en determinado momento hemos flaqueado y decidido no seguir, ya sea porque tienen responsabilidades familiares, porque están muy agotadas para continuar, porque a veces no ganamos mucho cuando bajan las ventas, porque no tenemos ningún apoyo del gobierno, entre otros factores.

²³ Información recogida y elaborada sobre la base de entrevista realizada a la Sra. Martha de León de Barrera, el sábado 16 de febrero, en el Distrito de Aguadulce, Provincia de Coché, 2008.

Tabla 4.3 TALLER REALIZADO A LAS “MUJERES DE SAN ROQUE”, EN LA PROVINCIA DE COCLÉ, REP. DE PANAMÁ, 2008.

Variables	Mujeres Emprendedoras							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Edad	52 años	78 años	65 años	60 años	62	66 años	69 años	69 años
Educación	Universitaria	Secundaria	Universitaria	Modista	Profesora	III Año Vocacional	Secundaria	Secundaria
Hijos (Beneficiarios)	3	1	1	2	3	2	2	2
Estado Civil	Casada	Soltera	Separada	Casada	Casada	Casada	Soltera	Casada
Labor desempeñada en el proceso productivo.	Apoyo (mercadeo, promoción) y empaque	Preparar masas y ayudar en lo que me sea posible	Preparación de empanadas, rosquitas y empacado.	Elaboración de comidas, dulces, empanadas	Preparación de productos a base de harina y comidas especiales	Preparar masas y ayudar en lo que me sea posible	Productos de harina y comidas para fiestas	Elaboración de empanadas
Estabilidad en la organización	4 años	8 años	10 años	10 años	10 años	10 años	5 años	10 años
Aspiraciones personales	Surgir junto con la empresa	Ver nuestra empresa con local propio y carro,	Aspiro tener automóvil y local propio.	Tener local y vehículo propio	Tener un lugar apropiado y medio de transporte para distribución	Ver nuestra empresa con local propio y carro, porque así el ingreso es mayor.	Quisiera que nuestra empresa tuviera mucho mercado	Tener local y vehículo propio
Sueños empresariales	Promoción, hacer que la empresa se conozca a nivel local y distrital.	Tener nuestro propio local. Y que logremos formar a más mujeres que continúen el trabajo	Tener nuestro propio local	Tener nuestro propio local	Tener una empresa grande para distribuir nuestros productos	Tener nuestro propio local y que otras señoras se sumen a nuestra organización.	Tener nuestro propio local	Tener nuestro propio local
Principales dificultades que se presentan en su empresa	Falta de local, transporte vehicular inexistente.	Local propio y tener carro para vender el producto	Local propio, carro para comprar y repartir	Local propio, carro para comprar y repartir	Falta de local y de transporte	Local propio y tener carro para vender el producto	Local propio, carro para comprar y repartir	Local propio, carro para comprar y repartir
Apoyos recibidos del gobierno	El MIDA (capacitación)	El municipio nos prestó el local, MIDA	El MIDA	El MIDA	El MIDA	El municipio nos prestó el local, MIDA capacitación	El MIDA	El MIDA
Micro-financiamiento recibido	No, nunca	No	Nunca nos han otorgado préstamos.	No	No, ni siquiera hemos podido inscribirnos en AMPYME	No	No	No
Apoyo de Empresa								
Privada	No	Ninguna	No	No	No	Ninguna	No	No

Fuente: Elaboración propia en base a Taller desarrollado el día sábado 23 de febrero de 2008.

Yo las comprendo porque nuestra jornada de trabajo termina cuando hemos cumplido con el último pedido y no se trata de ocho horas y ya. Muchas veces me ha tocado ser consejera para darle ánimo a continuar y no abandonar nuestro proyecto, en ocasiones me siento sola porque quién me da fuerzas a mí. Me ha tocado hasta incentivar a mujeres jóvenes para que se sumen a trabajar con nosotras, pero ellas dicen que es demasiado esfuerzo cocinar, hornear, amasar y peor aún salir a vender buscando clientes; estas muchachas prefieren trabajar en oficinas toda la vida y no en tener un negocio propio, yo creo que es mucho mejor tener un negocio propio en el que el jefe seas tú misma y no depender de un jefe que a veces hasta te falta el respeto, te paga mal y te explota. Si pudiera volver a empezar quisiera haber hecho esto de joven y no tan tarde.

Conciliación de su trabajo fuera del hogar y la armonía de sus relaciones familiares:

Al principio fue difícil en la casa, porque como yo era jubilada mi familia estaba acostumbrada a verme en casa, y cuando empecé a estar más tiempo del día en el negocio, no era comprendida, pero eso no duró mucho porque tengo mucha confianza con mi esposo después de tantos años de matrimonio, que al poco tiempo me apoyó en mi proyecto y todavía me apoya, pero eso me costó mucha paciencia y mucho amor. Mis hijos son ya mayores y no se sienten desatendidos, al contrario, se sienten muy orgullosos de tener una mamá emprendedora y con espíritu joven y muchos deseos de trabajar; hay momentos que hasta me piden dinero prestado...

Sus responsabilidades dentro del hogar y con los miembros de su familia:

Tuve mi primer hijo a los 20 años y el segundo a los 22, ellos nacieron en el Hospital de Aguadulce, decidimos mi esposo y yo por aspectos económicos no tener más hijos y consulté al ginecólogo que métodos de planificación sería conveniente utilizar; siempre he llevado una relación matrimonial normal como cualquier otra con sus altos y bajos. En la casa manda mi esposo pero en realidad ahora después de tantos años logramos un equilibrio, antes no me parecía mal que tuviera la última palabra, a pesar de que yo aportaba ingresos a la casa; puesto que eso me enseñaron de pequeña mis padres, que el marido es el jefe del hogar. Una vez que mis hijos fueron independientes, entonces las cosas cambiaron un poco y él me consulta ahora todo porque también entiende que el mundo ha cambiado y las cosas no son como antes. Él me trae a trabajar y me viene a buscar, en cuanto a los alimentos yo llevo el presupuesto del hogar y juntos aportamos de nuestros ingresos. Si tuviera la oportunidad de volver a nacer y decidir que sexo tener definitivamente pediría volver a ser mujer.

4.2. Estudio de Caso Rural: Mujeres Artesanas de Arimae

A continuación se describe la micro localización y algunos datos generales de la región en donde se ubica geográficamente el emprendimiento Mujeres Artesanas de Arimae, en la provincia de Darién, distrito de Chepigana, corregimiento de San Fe, poblado de Arimae.

4.2.1. Perfil de la Región

4.2.1.1. Aspectos Generales de la Provincia de Darién

Darién fue fundada en 1822, es una de las provincias con mayor territorio en Panamá, abarca una superficie de 11,896 Km². Pero, a pesar de ser un gran territorio, presenta una escasa población de 44,575 habitantes en total, en su mayoría indígenas, quienes se encuentran dispersos y distribuidos en dos distritos, a razón de 3.7 habitantes por kilómetro cuadrado; la ubicación geográfica de estos dos distritos se aprecia en el mapa adjunto.



Otro aspecto importante a considerar, es que el 38% de la población económicamente activa de la provincia de Darién está representada por mujeres; por otro lado, la provincia presenta bajos niveles de desocupación del 1.5% de la población económicamente activa (PEA). De igual forma en la provincia hay 4,279 mujeres que representan el 99% de mujeres darienitas ocupadas, datos que se registran en el Cuadro 4.4.

Cuadro 4.4. POBLACIÓN OCUPADA Y DESOCUPADA POR SEXO EN LA PROVINCIA DE DARIÉN, PROVINCIA DE PANAMÁ, POR SEXO. AÑO: 2007

Condición	Darién						República de Panamá	
	Hombre		Mujer		Total		Total	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Ocupados	10,978	98.3	4,279	99.1	15,257	98.5	1,240,484	92.5
Desocupados	190	1.7	38	0.9	228	1.5	100,808	7.5

Fuente: Encuesta Continua de Hogares, marzo, 2007.

El emprendimiento de las Mujeres de Arimae se ubica en el distrito de Chepigana, corregimiento de Santa Fe. Este distrito cuenta con una superficie de 469.68 Km² y está integrado por los dieciséis corregimientos a saber: La Palma, Camogantí, Chepigana, Garachiné, Jaqué, Puerto Piña, Río Congo, Río Iglesias, Sambú, Setegantí, Taimatí, Tucutí, Agua Fria, Cucunatí, Río Congo Arriba y Santa Fe, datos que se presentan en el Cuadro 4.5.

Cuadro 4.5. POBLACIÓN DEL DISTRITO DE CHEPIGANA, PROVINCIA DE DARIÉN, REPÚBLICA DE PANAMÁ, SEGÚN SEXO, POR CORREGIMIENTO. AÑO: 2006

Corregimiento	Población			Participación Mujer
	Total	Hombres	Mujeres	
Total Provincia	44,575	24,545	20,030	44.94%
Total Distrito	30,546	16,957	13,589	44.49%
La Palma	4,192	2,334	1,858	44.32%
Camogantí	414	221	193	46.62%
Chepigana	573	302	271	47.29%
Garachiné	2,167	1,172	995	45.92%
Jaqué	2,621	1,429	1,192	45.48%
Puerto Piña	999	550	449	44.94%
Río Congo	1,869	1,064	805	43.07%
Río Iglesias	1,641	931	710	43.27%
Sambú	799	414	385	48.19%
Setegantí	581	317	264	45.44%
Taimatí	757	413	344	45.44%
Tucutí	1,264	669	595	47.07%
Agua Fría	2,392	1,403	989	41.35%
Cucunatí	1,335	733	602	45.09%
Río Congo Arriba	2,099	1,172	927	44.16%
Santa Fe	6,843	3,833	3,010	43.99%

Fuente: Dirección de Estadística y Censo. Contraloría General de la República. 2000

4.2.1.2. Aspectos Generales del Distrito de Chepigana

Con respecto a la población total de Chepigana, de acuerdo con la Dirección de Estadística y Censo de la Contraloría General, el 44.5% de los pobladores del distrito de Chepigana son mujeres, correspondiente a 3,010 mujeres en el corregimiento de Santa Fe, de un total de 6,843 pobladores del corregimiento, lo que representa una participación del 44%. Ver cuadro 4.5.

En general el distrito, de acuerdo con datos del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), presenta Indicadores de Desarrollo Humano (IDH) en correspondencia con indicadores de áreas rurales. Por ejemplo podemos citar que el corregimiento de Santa Fe presenta ingresos promedio de \$968 iguales al promedio de áreas rurales en Panamá; de igual forma, otros indicadores se encuentran por debajo del promedio de áreas rurales, los indicadores de niveles de ocupación, de alfabetismo y de niveles de vida, datos que se ven en el Cuadro 4.6., el cual presenta el comportamiento de otros IDH para este distrito.

CUADRO 4.6. INDICADORES DE DESARROLLO HUMANO EN EL DISTRITO DE CHEPIGANA, PROVINCIA DE DARIÉN, POR CORREGIMIENTO. AÑO: 2000

Corregimiento	Indicadores					
	Ingreso Promedio	PEA Ocupada con Salario Mínimo	Viviendas con Materiales Aceptables	Viviendas con todos los indicadores aceptables	Alfabetismo	Esperanza de Vida
Total País	2377	68.5	83.4	52	92.3	73.9
Área Urbana	3224	81	95.2	59.6	97.4	77.5
Área Rural	968	42.5	61.7	37.9	83.3	69.6
La Palma	1592	59.6	65.4	16.6	85.5	64.6
Camogantí	545	27.1	48.1	1.2	69.3	64.6
Chepigana	632	27.3	45.7	18.1	76.1	64.6
Garachiné	730	27.3	42.8	28.1	79.2	64.6
Jaqué	595	31	54.5	22.6	67.1	64.6
Puerto Piña	983	56	75.9	40.6	68.3	64.6
Río Congo	646	30.6	18.3	1.9	71.6	64.6
Río Iglesias	848	24.7	43.9	11.1	85.5	64.6
Sambú	923	37.9	54.1	0.6	79.2	64.6
Setegantí	888	35.1	47.1	29	85.4	64.6
Taimatí	408	19.4	43.5	0	74.5	64.6
Tucutí	487	19.6	18	6.4	70.7	64.6
Agua Fría	1084	41.1	24	8	84.2	64.6
Cucunatí	647	21.6	21.3	8.2	75.7	64.6
Río Congo	624	26.9	23.3	1.6	78.2	64.6
Santa Fe	968	41	37.1	17.5	77.8	64.6

Fuente: PNUD, INHD 2002. Basado en Información de la Contraloría General de la República.

4.2.2. Georeferenciación

Por la importancia que le significa al empoderamiento femenino, la disponibilidad de mapas georeferenciados presentamos las coordenadas que georeferencian el emprendimiento, en este caso las correspondientes a la Tienda de Artesanías como a las coordenadas de las residencias de algunas de las miembros de la Asociación de Mujeres Artesanas de Arimae.

Tabla 4.4. COORDENADAS DE LA TIENDA DE ARTESANÍAS DE ARIMAE

Punto	Coordenada Este	Coordenada Norte
1	0814384	0962072
2	0814387	0962073
3	0814392	0962073
4	0814393	0962073
5	0814395	0962069

Tabla 4.5. COORDENADAS DE ALGUNAS DE LAS SOCIAS DE LA ORGANIZACIÓN MUJERES DE ARIMAE

Propietarias	Coordenada Este	Coordenada Norte
Dolinda Opua	0814363	0962183
Vertida Opua	0814373	0962152
Eulicia Salazar	0814345	0962077
Rusila Bacorizo	0814371	0962037
Lucrecia Caisamo	0814331	0962134

Posteriormente, en el Mapa N° 2, al igual que en el estudio del caso anterior y aplicando la misma metodología, la localización geográfica de la Tienda de **Artesanías de Arimae** y la de cinco casas de sus miembros.

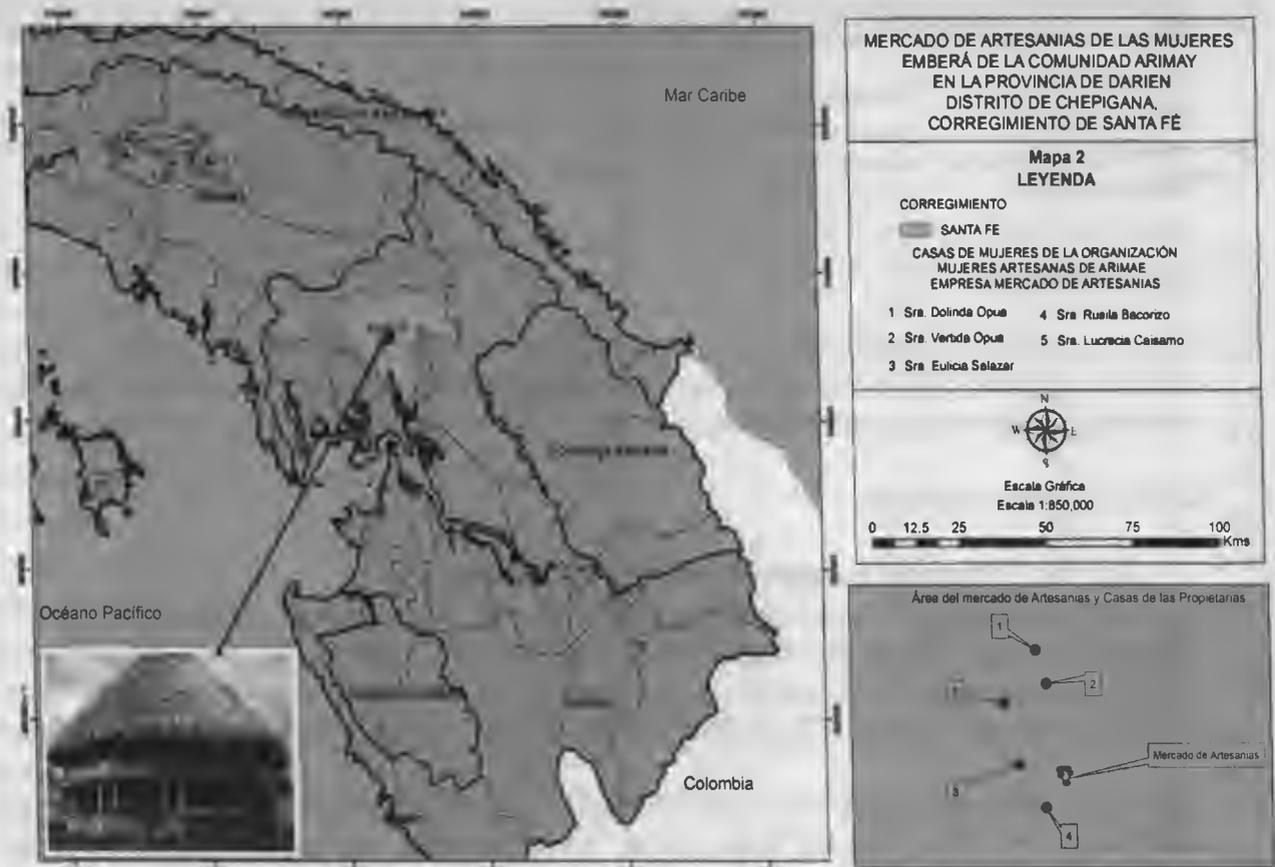
4.2.3. Emprendimiento

4.2.3.1. Historia y trayectoria de la Organización

La Organización Asociación de Mujeres de Arimae, se encuentra ubicada en la en la provincia de Darién, distrito de Chepigana, corregimiento de Santa Fe, poblado de Arimae (Arimay), con una estabilidad formal de tres años. Está formalmente organizada desde el 2005 y posee personería jurídica al igual que estructura directiva que las Mujeres de San Roque.

Está compuesta por unas 30 miembros que residen dentro del poblado de Arimae y son miembros de la Etnia Emberá Wounaan, corregimiento; organización exclusivamente de mujeres emprendedoras jóvenes, con edades entre 15 y 35 años, quienes logran el establecimiento de una microempresa denominada Tienda de Artesanías de Arimae. Esta microempresa posee una estabilidad de 3 años y se denomina: Tienda de Artesanías de Arimae. Actualmente están establecidas en un local propio construido en un 50%, a través de la donación de la Agencia Internacional para el Desarrollo de los Estados Unidos (USAID) y el aporte de la comunidad.

Mapa 2



Estas extraordinarias mujeres, han obtenido muchos logros a lo largo de tres años como:

- construir un local propio, que además ser un centro de distribución, tiene un área de hospedaje para estadías cortas;
- crecer de una administración incipiente a una administración contable eficiente;
- poseer reconocimiento internacional logrado, a través del apoyo de la USAID y el Cuerpo de Paz;
- tener una aceptación en el mercado nacional e internacional;
- romper con el esquema tradicional de amas de casa a ser unas microemprendedoras, con cierto nivel de éxito, que generan fuentes de ingresos para el hogar.

Esquema 4.1. TRAYECTORIA DEL EMPRENDIMIENTO:



4.2.3.2 Tipificación de la Actividad

Básicamente, las Mujeres de Arimae, se dedican a la elaboración y venta de artesanías de fibras específicamente cestería, que consiste en la confección manual de canastas utilizando fibras de una palmera llamada chonta o chunga. Pero también, producen accesorios de bisutería artesanales basados en las chaquiras o cuentas de diferentes tipos y tamaños. Estos productos se amparan bajo la Ley 20 del 2000 que señala que es “Régimen especial de propiedad intelectual sobre los derechos colectivos de los pueblos indígenas, para la protección y defensa de su identidad cultural y de sus conocimientos tradicionales, y se dictan otras disposiciones²⁴”. Su tipología de actividad, queda igualmente especificada de acuerdo al MICI, como sigue:

- Categoría D: Industria manufacturera
- División 20: Producción de madera y fabricación de productos de madera y de corcho, excepto muebles; fabricación de artículos de paja y de materiales trenzables.
- Grupo 202: Fabricación de productos de madera, corcho, paja y materiales trenzables.
- Clase 2029: Fabricación de otros productos de madera; fabricación de artículos de corcho, pala y materiales trenzables; tapicería.

Sus productos se distinguen por su originalidad, belleza y su valor autóctono que tienen que ver con el patrimonio cultural de una de las etnias representativas de la nacionalidad panameña. Ellas comercializan sus productos, por intermedio de una tienda establecida dentro del poblado, la cual es visitada por nacionales y extranjeros, de igual forma, la venta son al por menor en el local y al por mayor, a través de intermediarios que los llevan a centros urbanos. Es importante señalar que no reciben financiamiento externo, las asociadas realizan aportes al proceso productivo basados en la ganancia de cada una. El negocio posee un total de 30 colaboradoras, miembros de la comunidad que pertenecen a la asociación y son de la etnia Emberá Wounaan.

4.2.3.3. Responsabilidad social

La responsabilidad social, es la contribución activa y voluntaria de las empresas al mejoramiento social, económico y ambiental en la región donde desarrollan su actividad, con el objetivo de mejorar su situación competitiva, valorativa y su valor agregado. Las Mujeres de Arimae aplican como una estrategia de negocio, la responsabilidad social en la comunidad en la cual conviven, mediante la incorporación de sus miembros al logro de objetivos comunes, tales como la promoción turística de su cultura con el propósito de elevar el nivel de ingresos y la calidad de vida de la comunidad. Esto es positivo para la organización, porque se trata de una estrategia de la empresa, y aunque esta conciencia está a un nivel inicial la organización desarrolla las siguientes actividades que indican un compromiso de responsabilidad social:

- internamente, sus ingresos son destinados principalmente para la educación y atención de salud de sus hijos, lo cual queda establecido dentro de sus estatutos y han abierto una cuenta bancaria para estos fines.
- generan autoempleo, divorciado del paternalismo estatal, lo cual libera al Estado de una gran responsabilidad en cuanto a la generación de empleo;
- procuran a sus familias de nuevos ingresos y al país, producción artesanal local exportable con un componente cultural étnico;
- han mostrado perseverancia, organización y responsabilidad, a través de 3 años de permanencia;
- las Mujeres de Arimae tienen un loable propósito claramente definido que consiste en la educación de sus hijos y el mantenimiento integral de su salud, como mecanismo de alivio de la pobreza extrema.

4.1.3.4. Aspectos Generales del Emprendimiento

Las Mujeres de Arimae, al igual que las de San Roque, no están registradas en AMPYME, por lo cual no cuentan con micro crédito de esa ni de ninguna otra institución y no lo plantearon como una prioridad. A pesar de que algunos de sus problemas de comercialización o producción se solucionarían si contaran con un capital semilla. Es importante resaltar que la dirigencia de esa organización está clara en las debilidades y fortalezas de su organización y cuentan con una visión de grupo.

El Cuerpo de Paz les donó B/.2,300, también, han recibido apoyo de otras organizaciones norteamericanas.

Generan una producción para el mercado nacional e internacional, principalmente a través de la venta a turistas. Vale señalar que la mano de obra y los insumos utilizados son locales, en beneficio directo de la región. La confección se lleva a cabo en la casa de cada socia y es llevada al local para su venta, por lo cual pagan un porcentaje de la venta para el mantenimiento del local.

En la comercialización algunos productos pueden demorar hasta dos meses en ser vendidos, y la diferencia de precios de esos productos allí, a 238 kilómetros de la ciudad con respecto a su venta en la capital, alcanza diferencias de más de 100%. Sin embargo ellas no cuentan con un local en la capital y quienes realizan esas ventas en la ciudad son otros intermediarios que, en la comercialización, ganan mucho más que en la producción. En momentos de mayor demanda de sus productos, estas damas han recurrido a otras tejedoras independientes, y en otros casos, esas mismas tejedoras se les han acercado a venderle sus productos.

Las mujeres de la organización de Arimae señalan que, en algunos casos de urgencias, sus productos, fundamentalmente las cestas, les han servido para salir de apuros, puesto que otras compañeras, quienes tienen dinero disponible, se las compran para que ellas puedan atender sus emergencias que, por lo general, están vinculadas a problemas de salud o educación. Ellas presentan una serie de necesidades reveladas durante las entrevistas y el taller que se realizó con ellas en Darién, y cuyos datos se pueden apreciar en la Tabla 7, de los cuales puntualizamos los siguientes:

- Registrarse en AMPYME, para facilitar el acceso a la asesoría técnica y los microcréditos.
- Disponer de un capital para invertir en la compra de materia prima y de productos a sus socias. Este capital no debe surgir de créditos o préstamos pues sería muy oneroso para ellas tener que pagar interés.
- Contar con asesoría técnica del MIDA, para garantizar la producción de materia prima y a la vez promover los huertos comunales.
- Asesoría Técnica para mejorar la calidad del tejido y para la preparación de la fibra, en cuanto a secado y coloración.
- Apoyo para perfeccionar el proceso de comercialización.
- Coordinar con el IPAT, a fin de vincular su producción e instalaciones con el turismo.

**Tabla 4.6. TALLER REALIZADO A LAS "MUJERES ARTESANAS DE ARIMAE",
PROVINCIA DE DARIÉN, REP. DE PANAMÁ, 2008**

Variables	Mujeres Emprendedoras							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Edad	23 años	25 años	30 años	37 años	26 años	27 años	47 años	37 años
Educación	5to Grado	Primer Ciclo Secundario	6to. Grado	Primer Ciclo Secundario	5to. Grado	6to. Grado	Analfabeta	Analfabeta
Hijos-Beneficiario	2	1	2	2	2	3	10	4
Estado Civil	Unión de Hecho	Unión de Hecho	Unión de Hecho	Unión de Hecho	Unión de Hecho	Unión de Hecho	Unión de Hecho	Unión de Hecho
Labor desempeñada en el proceso productivo.	Tejer Cestas, Buscar plantas y prepararlas. Cuidar local	Tejer Cestas, Elab. de accesorios y prendas Cuidar local	Tejer Cestas, Cuidar local	Tejer Cestas, Buscar plantas y prepararlas. Cuidar local	Tejer Cestas, Buscar plantas y prepararlas. Cuidar local	Tejer Cestas, Buscar plantas y prepararlas. Cuidar local	Tejer Cestas, Cocinar para los turistas	Tejer Cestas, Cuidar local
Estabilidad en la organización	3	3	3	3	3	3	3	3
Aspiraciones personales	Educar a mis hijos	Estudiar en la Universidad mercadeo para ayudar a la tienda	Ayudar económicamente en la casa y educar a mis hijos	Aumentar las ventas y sumar a más mujeres emberá a la organización	Ayudar a mi esposo en la casa y en la escuela de mis hijos	Educar a mis hijos con mi propio dinero	Tener plata para ayudar a los hijos	Vender muchas cestas para que no falte nada en la casa
Sueños empresariales	Poder vender los productos a buenos precios	Que la tienda aumente las ganancias para ayudar a todas	Que el local se conozca en todo Panamá y todos quieran conocerlo y comprar	Promoción, hacer que la empresa se conozca a nivel nacional e internacional	Ser una gran empresaria con buenos ingresos	Que todas las mujeres de la comarca se unan en nuestra empresa	No respondió	Tener ahorros en banco
Principales dificultades que se presentan en su empresa	Demora mucho en venderse la mercancía	Las mujeres de la comunidad no quieren asumir responsabilidad	No hay apoyo del gobierno para que podamos vender más rápido	Los revendedores que nos explotan y pagan mal	No hay muchos compradores y las mujeres no quieren tejer	La mercancía permanece mucho tiempo en la tienda y después la quieren comprar barata	Pocos turistas para vender cesta	Las mujeres no quieren pagar % de mantenimiento del local.
Apoyos recibidos del gobierno	El MICI (siembra de chunga)	El MICI proyecto de Chunga y Puchama.	El MICI nos da charlas y entrenamiento	El MICI, proyecto de reforestación y capacitaciones	El MICI siembra de chunga y nos lleva a Ferias	El Ministerio de Comercio	El Ministerio de Comercio	El MICI siembra de chunga y charlas.
Micro-financiamiento recibido	No, nunca	No hemos pedido	No	Nunca nos han otorgado préstamos sino donaciones	No,	No	No	No
Apoyo de Empresa privada	No	Ninguna	No	No	No	No	No	No

Fuente: Elaboración propia basada en el Taller desarrollado el día martes 26 febrero de 2008.

Existen otros productos que ellas pueden obtener en su calidad de organización de mujeres indígenas que están vinculados con la educación; por ejemplo cinco de ellas son analfabetas y consideramos que las otras, salvo pocas excepciones, se encuentran en situación similar. También tienen necesidad de controles médicos y sanitarios para el manejo de alimentos, en virtud de su variada alimentación nativa que podrían también promover.

Una de ellas no tiene cédula de identidad y no sabe cómo obtenerla. Ésta es una organización que surge del seno de la comunidad y cuenta con el aval de la misma. En la medida en que esta organización se fortalezca, también mejorará la comunidad. Es muy probable que sus pobladores se encuentren en circunstancias de extrema pobreza, por lo cual la comunidad debería ser incluida en la Red de Oportunidades que promueve el Ministerio de Desarrollo Social.

4.2.4. Historia de Vida

Con respecto a la historia de vida y de trabajo de una representante de esta organización, presentamos a la tesorera de la misma Anida Bailarín, joven madre de la Etnia Emberá Wounaan de 26 años: ²⁵

Crecí con mi papá y mi mamá y con seis hermanos. Mi mamá me enseñó a tejer y a hacer prendas para mujeres con la chungu, puchama y el cocobolo. Me casé a los 15 años con mi esposo Antonio y le di dos hijos. Un día regular para mí empieza a eso de las cuatro de la mañana, me baño y me pongo a preparar desayuno, y llevo a mis hijos a la escuela. Después que hago el almuerzo me voy a la tienda de artesanías a tejer con las otras mujeres, a veces tejo en mi casa, pero prefiero estar con ellas porque así hablamos de muchas cosas. Si me toca el turno de cuidar y atender la tienda, entonces me despierto más temprano y dejo la comida hecha porque paso todo el día en la tienda, por la noche atiendo a mi esposo bien no tengo ningún problema. Mis hijos se llevan muy bien y obedecen a su papá porque él es el que manda en la casa y nos queremos mucho.

²⁵ Información recogida y elaborada basada en entrevista realizada a la Sra. Anida Bailarín el lunes 12 de marzo, en el Hotel Andino, de la Ciudad de Panamá, 2008.

Yo empecé en la organización porque una vecina "Lucrecia" me invitó a ir a una charla con el Cuerpo de Paz USAID, hace tres años, y ellos nos dieron algo de dinero para construir la tienda con cemento y otros materiales, nosotras y nuestros esposos pusimos la mano de obra. Allí en la tienda se vende a los turistas nuestras cestas y pagamos una comisión para el mantenimiento de la tienda. Mi esposo no se pone molesto porque trabaje en la tienda porque él se va todo el día al monte a aserrar madera y le pagan algo por eso y él sabe que si yo vendo gano mucho más que él y así puedo ayudar a la casa, yo quiero que mi casa sea más grande y estoy ahorrando



de lo que vendo para comprar los materiales por aquí son muy caros. También quiero que mis hijos vayan a la universidad y no sean como su papá. De volver a nacer me gustaría ser mujer porque si fuera hombre trabajaría toda la vida en el monte ganando muy poquito y no tuviera lo que ahora tengo.

Sus sueños empresariales:

Quisiera que la tienda todos la conocieran y que tuviéramos más compradores, porque así crecería el negocio y ya no seríamos más mujeres pobres y nuestros hijos estudiarían y todo sería mejor. Necesitamos apoyo del gobierno para que se puedan vender nuestras cestas en otro país y que nos paguen buenos precios para que todas las mujeres de Arimae quisieran trabajar con nosotras y no trabajaran y vendieran sus canastas en sus casas porque los revendedores les pagan muy mal, y ellas por necesidad venden la mercancía muy barata.

La mayor parte de las mujeres de Arimae han dado a luz en sus casas y no en un hospital o Centro de Salud y en su mayoría prefieren no someterse a la revisión de sus órganos sexuales por un especialista ginecólogo. De esta manera explica:

"Mi parto fue en la casa con mi mamá, ella me ayudó, así pasa con todas las mujeres pero hay algunas que dan a luz solas en los ríos y cortan el cordón umbilical con un cuchillo, un machete o con los dientes. Como yo no quería tener tantos hijos porque es muy costoso y yo no tengo tanto tiempo para atenderlos, mi mamá me prepara un té con una planta silvestre -que no me acuerdo cómo se llama mi mamá sabe- que tomo una vez después de que me va el periodo y lo he hecho durante cinco años y me funciona bien y a las demás mujeres también. Mi esposo me corta el cabello en la casa y no uso salones de belleza. Mi esposo no sabe que me cuido, él piensa que ya no podemos tener más, yo lo hago porque si no tendría 6 como mi mamá y eso es mucho".

Relación entre el emprendimiento desarrollado y su estabilidad emocional y afectiva, mediante el siguiente relato:

“Desde que empecé con la tienda siempre he estado muy contenta y motivada, a veces me molesta que mi señor no me apoye, hay momentos en que sí está de acuerdo con lo que hago porque cobro bien hasta mejor que él, pero no puedo estar todo el tiempo en la casa ni con los niños y él me regaña. Lo que hago es irme de todas formas y a veces me llevo a los niños y vendo a escondidas. Sí me siento sola en momentos porque quisiera que me apoyara en todo lo que hago y que me apoyara con los niños, porque es lo que más me agota.

Yo me levanto muy temprano para atender a mi señor y a los niños que van para la escuela, después me pongo a tejer y me voy para la tienda (cuando me toca atenderla) regreso a la casa y hago la comida y después lavo algo de ropa; y ya mi señor está en la casa bravo porque no llegué temprano y a veces no me habla.

Hay momentos que quisiera dejarlo todo y quedarme en la casa, pero cuando nos pagan las ventas, entonces tengo dinero para comprarle todo a mis niños y ahorrar para su universidad, me arrepiento y sigo tejiendo”.

CAPÍTULO 5:

PROPUESTA DE POLÍTICAS PÚBLICAS CON ENFOQUE DE GÉNERO PARA LAS MICROEMPRESAS

5.1. Mecanismos pertinentes para impactar en las mujeres emprendedoras

A través de las políticas públicas se pueden establecer los mecanismos pertinentes para contribuir a potenciar el aporte de las mujeres emprendedoras al desarrollo socioeconómico del país, así como el desarrollo individual y sectorial. De igual forma, estas políticas se deben ubicar con prioridad alta, respecto de los objetivos de la política macroeconómica del país, entendiéndose que la importancia fundamental de las microempresas radica en su peso relativo en la generación de empleo y la capacidad de generar ingresos de subsistencia.

Por otro lado, las políticas públicas, deben necesariamente considerar, entre sus aspectos, la dimensión de género como principales y fundamentales columnas. Ello debe ser así, ya que la inequidad de género es innegable y se manifiesta, en aspectos económicos que limitan el ahorro y la acumulación de riqueza por parte de las mujeres, pero también en factores culturales que dificultan el acceso de la mujer a la tierra, el capital o la educación; en contradicción con el hecho de que existe una larga tradición de mujeres al frente de empresas, principalmente microempresas, dedicadas a rubros tales como: alimentación, artesanía, comercio y otros, cuya expansión, sin embargo, enfrentan restricciones de acceso al crédito, a nuevas tecnologías y al conocimiento, amén de las precitadas inequidades de género.

En virtud de lo anterior, las políticas públicas deben estar basadas en trazar metas que apunten a una mayor valorización de las mujeres como Actoras Económicas, reconociendo el gran aporte al desarrollo, a través del otorgamiento de beneficios o instrumentos que cercenen prácticas discriminatorias y de exclusión que, en definitiva, afectan su calidad de vida y no permiten la igualdad de oportunidades. Si por el contrario, no son consideradas las perspectivas de género y las causas que les dan origen, en el desarrollo y fomento microempresarial, se corre el peligro de profundizarlas en detrimento del propio éxito de las iniciativas. Por lo tanto, la implementación de las políticas públicas estatales se tornan significativas en el Sector Microempresarial, solo si se basan en el reconocimiento de que las relaciones de poder entre los géneros ejercen influencia sobre la toma de decisiones sobre los roles y responsabilidades de hombres, mujeres, además de la necesidad de responder a necesidades económicas y sociales cambiantes.

De esta forma, debemos puntualizar, aspectos de género claves y necesarios para que las políticas públicas impacten positivamente en las actoras económicas:

- reconocer las causas de las desigualdades de género;
- propiciar la participación de las mujeres como actoras sociales;
- realizar esfuerzo para redistribuir los recursos entre hombres y mujeres;
- fomentar el acceso equilibrado a la educación, cultura y política de las mujeres
- evidenciar el aporte de las mujeres al proceso productivo.

5.2. Propuesta de Políticas Públicas

En el actual sistema económico capitalista de Panamá, tanto las mujeres como las microempresas no tienen mayor posibilidad de desarrollo bajo las reglas del mercado; no se trata de fallas del mercado, por el contrario, la lógica de acumulación capitalista, niega la igualdad de género y tiende a promover la sobreexplotación de la mujer. Igualmente el principio del capitalismo es tender hacia el monopolio.

A partir de esta realidad es necesario que los gobiernos tomen las medidas necesarias para intervenir en el funcionamiento del sistema económico, no solo para evitar la sobreexplotación y el control monopólico del mercado, sino que debe propiciar condiciones que generen igualdad de oportunidades y que promuevan las microempresas, como alternativas para las mujeres emprendedoras.

A pesar que mucho se habla de las microempresas, en la práctica se percibe que no es suficiente el esfuerzo real a nivel gubernamental para impulsar las microempresas y no se observa a nivel de norma, ningún trato especial para la mujer; lo cual significa en la práctica, mayor dificultad de las mujeres emprendedoras. En este sentido, nuestras recomendaciones hacen síntesis de los principales problemas que encuentran las mujeres emprendedoras para impulsar las microempresas, los cuales hemos podido constatar en nuestro estudio de caso, la revisión bibliográfica y la entrevista con instituciones y especialistas en la materia. Entre las principales dificultades podemos mencionar las siguientes:

- La mujer emprendedora como tal, no renuncia a sus responsabilidades en el hogar, por lo tanto tiene que bregar con ambas instancias de trabajo;
- La mujer emprendedora integra los gastos familiares, sobre todo si son de urgencia a los gastos de su microempresa:
- La mujer emprendedora no posee propiedad patrimonial que le permita utilizarla como garantía hipotecaria, además
- La mujer emprendedora tiene menor libertad de acción al ser controlada por el padre o el esposo.

Por otra parte, las microempresas como unidad de producción o comercialización no cuentan con un eficiente apoyo gubernamental para su promoción. Es en este contexto que realizamos las siguientes propuestas de políticas públicas, como aspecto medular del presente estudio:

1) Los Gobiernos deben fortalecer las instancias públicas de apoyo a las microempresas y establecer una red interinstitucional de gestión microempresarial. Esta red debe incorporar todas las instituciones públicas que participan, de manera directa o indirecta, en la promoción de dichas empresas aplicando una discriminación positiva en el caso de mujeres. Por ejemplo, si una mujer emprendedora inscribe su empresa en AMPYME, esto le debe dar prioridad para acceso al microfinanciamiento, asesoría en gestión administrativa y de contabilidad, asesoría en exportación por parte del MICI, asistencia tecnológica de la Secretaría Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación, SENACYT, pero también, debe participar el MIDES para garantizar que cualquier iniciativa de género empresarial, cuente con todo el apoyo que existe a nivel institucional y no institucional con respecto a las mujeres emprendedoras.

2) Promover alianzas de microempresas en función de abastecer el mercado nacional e internacional, (clusters). La importancia de las alianzas ha sido suficientemente sustentada, sin embargo aquí sugerimos que se promueva la alianza de género para suscitar la cadena productiva y de comercialización de bienes y servicios. Esto generará mayores ventajas competitivas, como también altos niveles de solidaridad de género. Se deben aprovechar las experiencias de los organismos internacionales y nacionales que promueven este tipo de alianza, de forma que se incorpore el elemento género a las alianzas entre micro empresas.

3) Financiar el capital semilla de las empresas asociadas a mujeres. Esta política hace énfasis en que debe trabajarse con empresas de un grupo de mujeres y no con la participación de una sola mujer empresaria. De lo que se trata es de incentivar las iniciativas femeninas para la asociación productiva. Este tipo de organización empresarial tiene varios objetivos entre los más importantes es convertirse en fuente de empleo y la existencia de una instancia de organización de base comunitaria. Estas empresas no requieren, en primera instancia, un micro financiamiento, sino un aporte financiero no reembolsable que les permita consolidar su organización para después crecer.

4) Exonerar las microempresas de mujeres de todo tipo de impuestos. Muchas inversiones cuentan con una serie de incentivos para su realización en el país, por ejemplo las inversiones extranjeras, las inversiones en el interior del país entre otras, pero las inversiones de microempresarias que aglutinan a un pequeño grupo de mujeres, sólo cuentan con un corto plazo de exoneración sobre sus ingresos. Este tipo de exoneración no sólo apoyaría la gestión empresarial sino que podría motivar la formación de empresas de mujeres.

5) Legislar sobre una política crediticia especial para las pequeñas y micro empresas. No existe una ley que regule el micro crédito, en la actualidad se funciona con la misma ley que regula el funcionamiento de los bancos y su relación con las empresas. La futura legislación para el micro crédito debe tomar en cuenta las especificidades de esa unidad de producción y de manera especial subsidiar la tasa de interés para flexibilizar las condiciones del crédito cuando se trata de créditos a mujeres emprendedoras.

6) Legislar de igual forma, en cuanto al establecimiento de nuevas jornadas laborales y políticas públicas en función de un cambio en la organización y distribución del trabajo doméstico y de cuidado de los hijos, entre hombres y mujeres, de manera tal que ambos tengan iguales opciones de participar en la producción y reproducción, como aspectos fundamentales en la sostenibilidad de la vida humana.

7) Incorporar las microempresas al programa de inclusión social que dirige el MIDES, de manera que no sólo se fortalezca a las familias, sino también la capacidad de autogestión de las mujeres. En este sector social en particular, las desigualdades de género son mayores y la posibilidad de la mujer, por si sola, para realizar actividades emprendedoras es mucho más difícil. Incorporar el elemento género en el programa de inclusión social sería una oportunidad adicional de mejoramiento de los niveles de vida de dicha población.

8) Establecer una legislación para crear una banca de segundo piso para el fomento de las microempresas y además, que incentive a las entidades financieras a otorgar créditos a microempresarios, ya sea para la obtención de capital, equipo de trabajo como también de

tierras. Lo anterior es importante, porque existe una desigual distribución de los recursos económicos que agudiza la pobreza por esa mala distribución de la riqueza.

9) Establecer alianzas estratégicas con las universidades, para desarrollar capacidad académica de gestión organizacional específica en el sector de microcrédito. Las universidades tienen una gran capacidad humana y de infraestructura que pueden poner al servicio de iniciativas de emprendimiento femenino. Por otro lado, las mujeres poseen una mayor estadística de educación que puede ser aprovechada para generar empoderamiento. Charlas, talleres, seminarios, diplomados son algunas de las tantas formas de generación de conocimiento que se pueden crear al servicio de las emprendedoras.

10) Debe establecerse un vínculo con el proceso de descentralización municipal en donde las mujeres emprendedoras no sólo puedan participar, sino que se conviertan en entes activos del proceso de desnaturalización; igualmente, las mujeres emprendedoras deben realizar actividades sostenibles, desde la perspectiva ambiental con la cual puede promoverse una interacción con la ANAM en cuanto a género y ambiente. Percibimos en nuestro estudio que, las mujeres emprendedoras, desconocen los servicios.

5.3 Estrategia para visibilizar los emprendimientos reconocidos

a) Propuesta de Mapeo a Nivel Nacional

Está comprobado que la georeferenciación a través mapas, ayuda a las agrupaciones, organizaciones y/o comunidades a situarse geográficamente en nuevas áreas, permitiéndoles su localización en puntos específicos de un mapa; los cuales pueden ser posteriormente analizados buscando información existente en la base de datos. Un mapeo es una útil herramienta en la cual se incluye información sobre los agentes que intervienen, delimitando los procesos: fraccionando lo general en partes más pequeñas y fáciles de gestionar; a su vez entrevista a personas “propietarias” del proceso, en cuanto a: ¿Cómo se está realizando, con qué frecuencia, quién interviene, qué utiliza para realizar su trabajo...; y finalmente, plasma en un gráfico los resultados utilizando el programa de powerpoint. Los dos emprendimientos reconocidos son una muestra palpable del trabajo de la mujer y su aporte al desarrollo económico del país. Esta es tal vez la razón por la que consideramos que es una forma eficaz de evidenciar la existencia y el peso de todas las mujeres emprendedoras panameñas, la cual puede concretarse, a través de la inclusión de un mapeo a nivel nacional. Actualmente, carecemos de mapas zonificados que puedan a futuro utilizarse para posicionar mejor un determinado grupo con crecimiento potencial.

b) Propuesta de Sitio WEB

Como se mencionó anteriormente, es sumamente importante la creación de un espacio tanto tangible como intangible, en el cual las mujeres rompan con el anonimato, encuentren información básica y necesaria en su desarrollo microempresarial, desarrollen un sentido de pertinencia y mayor valoración por sus emprendimientos, que sepan que no están solas, que son muchas y cada vez son más mujeres con espíritu emprendedor que luchan por su superación. En atención a lo anterior se propone la creación de un Sitio Web para Mujeres Emprendedoras, y de esta forma las visualizamos:

c) Otras

Los Estudios de caso realizados deben convertirse en diversos subproductos que permitan a otras mujeres conocer de estas experiencias exitosas. El CIFE por su parte aprovecha los diversos foros en los que participa para explicar ambas experiencias: Así lo hemos hecho en el programa radial de la Facultad y en el encuentro de investigadores de los centros regionales de Aguadulce, provincia de Coclé. Deben existir programas radiales y televisivos sobre género en donde se puedan compartir estas experiencias.

5.4. Vinculación de la Academia con los emprendimientos femeninos

En virtud de la última propuesta sobre políticas públicas, traemos a colación la forma en que la academia puede aportar en el desarrollo de los emprendimientos femeninos. Puede ser a través de la creación de un Observatorio de Género y Economía en la Facultad de Economía de la Universidad de Panamá, de que sea ésta y de igual forma otras universidades las llamadas a brindar capacitaciones al sector microempresarial y finalmente, pero no menos importante, visibilizar y evidenciar la pujante y cada vez mayor participación de las mujeres, como actrices económicas en el desarrollo del país, a través de la creación de una página WEB en la que puedan converger de forma pertinente todas las emprendedoras de Panamá, para la formación de una comunidad virtual que permita intercambios comunicación fluida y en general, contactos en el mediano y largo plazo.

5.4.1. Observatorio

El crear un observatorio de estudio y análisis de las variables e indicadores de género en la Facultad de Economía, se basa en la evidente necesidad de establecer, impulsar y vincular mecanismos de colaboración entre las mujeres emprendedoras, organismos que defienden los derechos de las mujeres y la Academia, mediante un equipo multidisciplinario de profesionales poseedores de alta sensibilidad social.

La finalidad de este observatorio se debe enmarcar en asegurar la incorporación equitativa de las mujeres en el proceso de desarrollo de sus sociedades y en todos los ámbitos de la vida (social, política, económica, cultural y familiar) como forma de contribuir a la promoción y defensa de los derechos humanos de las mujeres y sus condiciones de vida. Además, debe permitir la realización de estudios pormenorizados de fuente primaria, sobre la condición real de ellas en materia de salud, educación y empleo, sólo por mencionar algunos temas.

5.4.2. Capacitaciones

De igual forma, la universidad, a través de sus docentes y estudiantes de último grado, debe, como labor de extensión y de investigación, brindar capacitaciones a nivel nacional con respecto a temas de microempresas, microcrédito, legislación en materia, administración de recursos, planificación y formulación de proyectos, y demás temas de necesario conocimiento y manejo para estas emprendedoras.

CONCLUSIONES

1. Existen actualmente en Panamá unas 358,646 personas ocupadas en el sector de la micro y pequeña empresa, lo que representa más del 38.25% de la Población Ocupada Total; del total de personas ocupadas en las MyPEs, unas 41,578 corresponderían a trabajadores por cuenta propia y algo más de 70,319 a trabajadores familiares, de igual forma, 3 de cada 10 personas del sector son mujeres, dado que en 2007 de 470,676 personas ocupadas en las MyPEs 152,289 son mujeres y 318,387 hombres.

2. En Panamá las principales iniciativas y políticas públicas de fomento del sector Microempresarial y a las microfinanzas, tanto urbanas como rurales, quedan reguladas y establecidas, a través del establecimiento del Banco de Desarrollo Agropecuario (BDA), el Fondo Especial de Compensación de Intereses (FECI), la Ley 8 de marzo de 2000, la Ley 33 de julio de 2000, el Decreto Ejecutivo 18 de abril de 2001, la Ley 10 de 2002 y el Decreto 36 de abril de 2006.

3. Las instituciones financieras formales que ofrecen servicios microfinancieros en Panamá; las mismas fueron divididas en dos grupos: el primero, las que participan en el programa PROFIPYME (Banco Nacional, Global Bank, Microserfin, Banco de Desarrollo Agropecuario (BDA), Financiera Solidaria, Mi Banco y la Caja de Ahorros, Banco Delta, Financiera Govimar) y en segundo lugar, las que pertenecen a REDPAMIF (CEGEL, Pro Caja, Pro Darién, Cooperativa Juan Pablo I, Cooperativa de Servicios Múltiples Juan XXIII y Fundación IDEAS).

4. El acceso al micro crédito por parte de mujeres emprendedoras es el principal problema que enfrentan, y que limita el desarrollo de dichos emprendimientos; aunado a ello existe una limitada oferta de servicios microfinancieros que no abastece la gran demanda del mismo.

5. A pesar de que las mujeres, que representan en promedio el 50.94% de la población de 15 años y más de edad en Panamá y cuyos niveles educativos sobrepasan al de los varones; la tasa de participación masculina ha sido casi el doble que la femenina en el período, ya que la población económicamente activa femenina incluye unas 550,436 mujeres, que representa el 38% de la PEA total en el año 2007 en tanto que la PEA masculina fue de 62% en el mismo período.

6. Entre los factores que motivan a las mujeres a una mayor participación en el mercado de trabajo se destacan, menor cantidad de hijos, mayor nivel educativo, crecimiento del número de mujeres jefas de hogar, alto costo de la vida, estrategias de sobrevivencia en el hogar, búsqueda de superación e independencia, reconocimiento de su participación en todos los niveles de la vida económica y social, entre otras.

7. La participación femenina en las actividades productivas ha sido mayor en el Sector Gubernamental y Personal (Servicios) que es el mayor empleador femenino 236,684 de las 550,436 mujeres económicamente activas, lo cual representa un 43% en el año 2007. En el sector secundario, la empresa privada emplea de un total

de 367,128 personas a 70,557 mujeres, lo cual representa apenas un 20%, es decir, de 296,574 empleos privados, casi el 80% corresponden a empleos masculinos.

8. Mapear dos experiencias de los emprendimientos económicos reconocidos: en el distrito de Aguadulce, provincia de Coclé y en el poblado de Arimae, provincia de Darién, tiene la ventaja de devolverles a estas mujeres de manera tangible, la ciudadanía y pertenencia al espacio geográfico, como agentes del desarrollo económico, actuando a la vez, como factor de empoderamiento y aumentando su capacidad de incidir en las políticas a nivel local y nacional.

9. La Organización Mujeres de San Roque, fundada desde 1997 por un grupo de amas de casa jubiladas de esta comunidad que se dedican a la elaboración y distribución de productos alimenticios a base de harina, específicamente panes y dulces caseros, en más de 50 variedades; y a lo largo de sus diez años de vida de mucho progreso y éxito, como: de producir en sus casas a producir en un local comercial, de utilizar maquinarias manuales a nuevas y costosas tecnologías, de una administración incipiente a una administración contable eficiente, todas han recibido y reciben capacitaciones que les representan valor agregado, de amas de casas a microempendedoras de reconocido éxito, tanto a nivel barrial como a nivel gubernamental, generar autoempleo, divorciado del paternalismo estatal, abastecer a una comunidad entera de productos alimenticios de calidad y de producción artesanal local, demostrar perseverancia, organización y responsabilidad, a través de 10 años de permanencia en el mercado.

10. La Organización dentro de la Asociación de Mujeres de Arimae, está compuesta aproximadamente por 30 damas, entre 15 y 26 años que residen dentro del poblado de Arimae y son de la Etnia Emberá Wounaan, quienes han logrado el establecimiento de una microempresa denominada Tienda de Artesanías de Arimae, dedicada a la elaboración y venta de artesanías de fibras específicamente cestería, ubicada en la en la provincia de Darién, distrito de Chepigana, corregimiento de Santa Fe, poseen una estabilidad formal de tres años que les ha permitido: construir un local propio, de una administración incipiente a una administración contable eficiente, poseer reconocimiento internacional logrado, a través del apoyo de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo (USAID) y el Cuerpo de Paz, tener una aceptación en el mercado y romper con el esquema tradicional de ser amas de casa, para transformarse en unas microempendedoras con cierto nivel de éxito, que generan otras fuentes de ingresos para el hogar.

11. Los Gobiernos deben fortalecer las instancias públicas de apoyo a las microempresas y establecer una red interinstitucional de gestión microempresarial. Esta red debe incorporar todas las instituciones públicas que participan de manera directa o indirecta en la promoción de dichas empresas aplicando una discriminación positiva en el caso de mujeres.

12. Otro aspecto importante es la promoción de alianzas de microempresas en función de abastecer el mercado nacional e internacional, (clusters) incorporando el enfoque de género a las alianzas entre micro empresas.

13. Como política pública es necesario financiar el capital semilla de las empresas asociativas de mujeres. En esta política el énfasis se enfoca a empresas de un grupo de mujeres y no una sola mujer empresaria. De lo que se trata es de incentivar las iniciativas femeninas para la asociación productiva y exonerarlas de todo tipo de impuestos.

14. Por último y no por ello menos importante, legislar sobre una política crediticia especial para las pequeñas y micro empresas ya que no existe una ley que regule el micro crédito y su relación con las empresas y, al mismo tiempo, flexibilizar las condiciones del crédito cuando se trata de créditos a mujeres emprendedoras. A través del establecimiento de una legislación para crear una banca de segundo piso para el fomento de las microempresas, lo anterior es importante, porque existe una desigual distribución de los recursos económicos que agudiza la pobreza y la mala distribución de la riqueza.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

BOULDING, K. (1993). **Las tres caras del poder**. Barcelona: Editorial Paidós

BRIONES, C. (1998) **MICROEMPRESA Y TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA**. San Salvador, El Salvador: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.

CAMARGO, JUANA DE DIOS: (2006) **Mapeo Institucional de Género y Economía**. Panamá, 1era. Edición. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, Ministerio de Desarrollo Social y Agencias Sueca de Desarrollo Internacional.

DE LEÓN, ARACELLY; RÍOS, ANA; ATENCIO, ISABEL Y TERREROS, NICOLA-SA. (2005) **Economía y Género, Visibilizando la Participación de las Mujeres**. 1era. Edición. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer y la Universidad de Panamá.

ECHARTE, LUÍS; PRAT, GERMÁN; GARRÓN, PABLO: (2006) **Informe Propuesta de Política, Estrategia y Plan de Acción para la Implementación de Servicios Microfinancieros en Panamá**. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo y Autoridad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.

KENNETH H. BLANCHARD, W. ALAN RANDOLPH, JOHN P. CARLOS: (1997) **Empoderamiento, Requiere más de un minuto**. España, Ediciones Deusto.

KOTLER, P; ARMSTRONG, G. (2001) **Marketing**. México, Octava Edición. Pearson Educación.

LEÓN, MAGDALENA (1999) **“Poder y Empoderamiento de las Mujeres”**, Colombia, Bogotá, Fondo de Documentación de Género de la Universidad Nacional de Colombia.

PAES DE BARROS, RICARDO; DE CARVALHO, MIRELA Y FRANCO, SAMUEL (2003) **La Igualdad como estrategia de Combate a la Pobreza en Panamá** (Síntesis), 1ra. Edición.

PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO (2002 Y 2004) **Informe de Desarrollo Humano de Panamá**.

SERRA, YOLANDA; RÍOS, ANA; ATENCIO, ISABEL; RODRÍGUEZ, XIOMARA Y ARROCHA, ROSA. (2006) **Empleo Femenino y Transformación Económica**. Panamá, 1era. Edición. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer, Ministerio de Desarrollo Social y Dirección Nacional de la Mujer.

INFORMES ESTADÍSTICOS

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (1994). Panorama Social de 1994. Santiago, Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe.

CONTRALORÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA. Censo Nacionales de Población y Vivienda 1990 y 2000, junio de 2001, Dirección de Estadísticas y Censo.

CONTRALORÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA (2003-2005) Cuentas Nacionales, Situación Económica, Dirección de Estadísticas y Censo.

CONTRALORÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA Panamá en Cifras, 2001(1997-2000) Panamá en Cifras, 2003 (1996-2002), Panamá en Cifras, 2007 (2004-2006) Dirección de Estadísticas y Censo.

CONTRALORÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA (2006) Encuesta Continua de Hogares, Estadísticas del Trabajo, Situación Social. Dirección de Estadísticas y Censo.

CONTRALORÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA (2006) Situación de la Población Ocupada, Estadísticas del Trabajo, Situación Social. Dirección de Estadísticas y Censo.

CONTRALORÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA (1990). Situación de la Población Panameña con Perspectiva de Género (Monografía).

GABINETE SOCIAL DE LA REPÚBLICA DE PANAMÁ (2006) Segundo Informe de Avance de Los Objetivos de Desarrollo del Milenio en el Plan Nacional del Gobierno de Panamá.

MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS (2003). Encuesta de Niveles de Vida, Dirección de Políticas Sociales.

OFICINA INTERNACIONAL DEL TRABAJO (OIT) (1999). Informa: Panorama Laboral '98 para América Latina y el Caribe. Lima: Perú.

OTRAS PUBLICACIONES:

- Gaceta Oficial de la República de Panamá No. 24106.
- Gaceta Oficial de la República de Panamá No. 17,271
- Gaceta Oficial de la República de Panamá No. 25510.
- Gaceta Oficial de la República de Panamá No. 24,064
- Gaceta Oficial de la República de Panamá No. 24289
- Gaceta Oficial de la República de Panamá No. 25,520.

SÍTIOS WEB

<http://www.contraloria.gob.pa/>

Consultado el 2 de febrero de 2008.

<http://www.contraloria.gob.pa/dec/Aplicaciones/ODM>.

Consultado el 2 de febrero de 2008.

<http://www.mef.gob.pa/>.

Consultado el 2 de febrero de 2008.

<http://www.ampyme.gob.pa/index.html>.

Consultado el 8 de febrero de 2008

<http://www.microserfin.com/gestion-anual.htm>.

Consultado el 8 de febrero de 2008.

<http://www.redbibliogem.org/estadisticasgenero.php>.

Consultado el 12 de febrero de 2008.

<http://www.unece.org/stats/gender/timeuse/Welcome.html>.

Consultado el 15 de febrero de 2008.

http://www.cepal.org/publicaciones/xml/8/32298/Serie_94.pdf.

Consultado. el 25 de febrero de 2008.

http://www.pobrezacero.org/img_bol/conferencia_beijing.pdf.

Consultado el 3 de marzo de 2008

<http://www.ampyme.gob.pa/siep/distrito>.

Consultado el 1 de abril de 2008

**GUÍA DE ENTREVISTAS PERSONALIZADAS
HISTORIA DE VIDA.**

1. Datos Generales

1.1 Nombre:

1.2 Edad:

1.3 Último año aprobado:

1.4 Idiomas que habla:

1.5 Número de hijos,

sexo, edad escolaridad

1.6 Religión que práctica:

1.7 Pertenencia a partidos políticos (en el pasado y el presente, si es por tradición familiar, del padre, madre u otros)

1.8 Pertenencia a asociaciones de mujeres ¿Cuál? (Esta pertenencia tiene alguna relación con su madre).

2. Proceso productivo

2.1 Labor Desempeñada

2.2 Estabilidad en la Organización

2.3 Principales dificultades que enfrenta su empresa

2.5 Cómo resumiría sus sueños empresariales

3. Desarrollo Laboral y Estrategia de Supervivencia

- 3.1 ¿Qué trabajos o actividades de supervivencia ha hecho usted para mantener o ayudar a mantener a su familia antes y ahora?
-
- 3.2 ¿Guardan estos trabajos relación con lo que hacía su madre?
-
- 3.3 Si la persona trabaja. ¿Qué dificultades ha encontrado en su desarrollo laboral?
-
- 3.4 ¿Cuál es su ingreso actual? (semanal, quincenal, mensual o diario)
-
- 3.5 ¿Ha participado en proyectos? ¿Con quién? ¿Sobre qué?
-
- 3.6 ¿Participa actualmente en proyectos? ¿Con quién?
-

4. Relaciones Familiares

- 4.1 ¿Con quién vivía cuando era niña?
-
- 4.2 ¿Cómo fue su vida en la infancia?
-
- 4.3 ¿Cómo eran las relaciones entre los miembros de su familia? (De usted con su madre, con su padre, con sus hermanos y entre todos)
-
- 4.4 ¿Cómo era la situación económica de la familia?
-
- 4.5 ¿Cómo eran las condiciones materiales de su vivienda? (techo, paredes, piso, etc.)
-
- 4.6 ¿Cómo son las relaciones de su familia actual? De usted con su cónyuge, con sus hijos y entre todos. Con su madre, con su padre, con sus hermanos. (Conversan, son afectuosos, celebran fechas importantes, se gritan, se insultan, se golpean, etc.).
-
-

4.7 ¿Cuáles son las necesidades actuales de su familia? (Afectivas, económicas, salud, educación, espirituales, etc.)

4.8 ¿Cómo se recreaba su familia cuando era niña y como se divierte (se recrea) actualmente su familia?

■ 5. Actitudes hacia la Vida

5.1 ¿Qué quiere para el futuro?

5.2 ¿Qué hace actualmente por su futuro?

5.3 ¿Qué influencia ha recibido de otras personas? (madre, padre, familiares, amigos, etc.)

5.4 ¿Cómo es su papel como madre, esposa y mujer?

5.5 ¿Qué barreras ha encontrado en su vida?

5.6 ¿Cómo hubiera querido que fuera su vida?

■ 6. Género

6.1 ¿Cómo ve usted la relación hombre mujer?

6.2 ¿Cómo se siente siendo mujer?

6.3 ¿Qué cree usted que hubiera pasado en su vida si en vez de ser mujer, hubiera sido hombre?

6.4 ¿En alguna etapa de su vida fue usted sujeto de agresión verbal, física y sexual?

6.5 ¿Ha sentido usted alguna vez que le han violado sus derechos? ¿Cuándo?

6.6 ¿Quién manda en su casa?

6.7 ¿Quién decide sobre las compras que se hacen, sobre la tenencia de los hijos, sobre lo que se cocina, sobre la educación de los niños, etc.?

6.8 ¿Qué desearían que fueran sus hijos en el futuro?
(para los hombres y para las mujeres)

6.9 ¿Cuál de los dos sexos cree usted que tiene mas oportunidades en la vida?

6.10 ¿Cómo quisiera que fuera el esposo de una hija y la esposa de un hijo?

GUÍA DE TALLERES

■ 1. Breve reseña histórica de la organización.

a. Fundación o inicio de operaciones

b. Ubicación original y actual

c. Miembros fundadoras (nombres y cantidad)

d. Inversión inicial

■ 2. Tipo de la organización (Cooperativas, Asociación, Empresa, Microempresa, ONG, etc)

■ 3. Actividad productiva de la organización

a. Manufactura

b. Agroindustria

c. Artesanía

d. Productos alimenticios

■ 4. Proceso Productivo

a. Tecnologías utilizadas

b. Tiempo necesario para producir el bien final

c. Materias primas utilizadas

d. Proveniencia de las materias primas (locales, nacionales o exterior)

e. Capacidad de almacenamiento de productos terminados

■ 5. Miembros de la organización.

a. Cantidad

b. Incentivos para integrar la organización

- **6. Mercado actual y futuro de la organización.**
- Local (tienda, supermercado, mercado de abastos, etc.)
 - Regional (Distribuidoras, cadenas de supermercados, dentro de la provincia)
 - Nacional (Distribuidoras, cadenas de supermercados, dentro del país)
 - Internacional (Mercados extranjeros, exportaciones, etc.)
- **7. Mecanismos de comercialización**
- Venta al por menor
 - Venta al mayoreo
 - Contratos a futuro
 - Por pedidos
 - A consignación
 - Ferias artesanales y agropecuarias
- **8. Mecanismos de Mercadeo**
- Promociones
 - Publicidad (radial, periódicos, volantes, etc.)
 - Proceso
- **9. Incentivos y apoyo por parte del Estado u organizaciones no gubernamentales.**
- Donaciones (gubernamentales y organizaciones privadas)
 - Programas de Fondos Crediticios
 - Programas del gobierno de promoción de esta actividad (MICI, AMPYME, MITRADEL, IPAT, INADHE, MIDA, etc.)
 - Capacitaciones (comercialización, contabilidad, mercadeo, administración, legales, etc.)

Explicación

■ **10. Obstáculos para acceder al Crédito**

Explicación

■ **11. Planes futuros. (Corto y Largo Plazo)**

- Ampliaciones
- Diversificación de la producción
- Traslados o reubicación
- Nuevos mercados
- Nuevas estrategias de promoción y comercialización
- Programas capacitación y actualización
- Desarrollo de tecnología: obtención, mejora y gestión de la tecnología.

Explicación

DECRETO EJECUTIVO N° 12 (De 20 de marzo de 2001)

“Por la cual se Reglamenta la Ley N° 20 de 26 de junio de 2000, del Régimen Especial de Propiedad Intelectual sobre los Derechos Colectivos de los pueblos indígenas para la Protección y Defensa de su Identidad Cultural y de sus conocimientos tradicionales, y se dictan otras disposiciones”

LA PRESIDENTA DE LA REPÚBLICA en uso de sus facultades constitucionales y legales, CONSIDERANDO:

Que la Ley N° 20 del 26 de junio de 2000 tiene por objeto proteger los derechos colectivos de propiedad intelectual y los conocimientos tradicionales de los pueblos indígenas sobre sus creaciones, tales como invenciones, modelos, dibujos y diseños, innovaciones contenidas en las imágenes, figuras, símbolos gráficos, petroglifos y otro detalles; además, los elementos culturales de su historia, música, arte y expresiones artísticas tradicionales, susceptibles de un uso comercial, a través de un sistema especial de registro, promoción y comercialización de sus derechos, a fin de resaltar los valores socioculturales indígenas y hacerles justicia social.

Que en ejercicio de la potestad reglamentaria que le confiere el artículo 26 de la Ley N° 20 del 26 de junio de 2000, publicada en la Gaceta Oficial No. 24,083 del 27 de junio de 2000, el Órgano Ejecutivo, a través del Ministerio de Comercio e Industrias debe reglamentar la Ley No. 20 del 26 de junio de 2000 para su mejor cumplimiento, sin apartarse en ningún caso de su texto, ni de su espíritu.

Que el Órgano Ejecutivo, por conducto del Ministerio de Comercio e Industrias, previa consulta con los sectores vinculados, al fomento, producción y comercialización de las artes, artesanías; igualmente a los poseedores de los conocimientos tradicionales indígenas y en especial a las autoridades indígenas, 2000, que se adopta mediante este Decreto Ejecutivo, a fin de facilitar los trámites y gestiones para la protección y defensa de los derechos colectivos, la identidad cultural y los conocimientos tradicionales de los pueblos indígenas. Decreta:

Capítulo 1: Finalidad

Artículo 1: El presente Decreto tiene por objeto reglamentar la protección de los derechos colectivos de propiedad intelectual de los conocimientos tradicionales de los pueblos indígenas sobre sus creaciones, tales como invenciones, modelos, dibujos y diseños, innovaciones contenidas en las imágenes, figuras, símbolos gráficos, petroglifos y otros detalles; además de los elementos culturales de su historia, música, arte y expresiones artísticas tradicionales y demás disposiciones contenidas en la Ley N° 20 del 26 de junio de 2000.

Artículo 2: Para los efectos de este Decreto se aplicarán las definiciones siguientes:

2. 1. Ley: La Ley 20 de 26 de junio de 2000
3. Propiedad Intelectual: Derecho que tienen los creadores, y los propietarios sobre las producciones de su intelecto, que al ser reconocidos por la Ley prohíbe a terceras personas disponer de el, sin el consentimiento del propietario.



4. **Conocimiento Tradicional:** Conocimiento colectivo de un pueblo indígena fundado en tradiciones centenarias y hasta milenarias que a la vez son expresiones tangibles e intangibles que abarcan sus ciencias, tecnologías, manifestaciones culturales, incluyendo los recursos genéticos, medicinas, semillas, conocimientos sobre las propiedades de la fauna y flora, las tradiciones orales, diseños, artes visuales y representativas.
5. **Cosmovisión:** La concepción que tienen los pueblos indígenas, de forma colectiva e individual, sobre el mundo físico, espiritual y el entorno en que se desarrollan.
6. **Derechos Colectivos Indígenas:** Son derechos de propiedad cultural e intelectual indígena que se refieren a arte, música, literatura, conocimientos biológicos, médicos, ecológicos y otros aspectos y expresiones que no tienen autor o dueño conocido, ni fecha de origen y es patrimonio de todo un pueblo indígena.
7. **MICI:** Ministerio de Comercio e Industrias
8. **DIGERPI:** Dirección General del Registro de la Propiedad Industrial
9. **Derecho de Autor:** Protección intelectual de los derechos de los autores sobre sus obras literarias, didácticas, científicas o artísticas, cualesquiera sea su género, forma de expresión, mérito o destino.
10. **Registro Colectivo de Propiedad Intelectual:** Derecho exclusivo que concede el Estado, a través de un acto administrativo, para excluir a terceros de la explotación de un Derecho Colectivo producto de un conocimiento tradicional o expresión folclórica, y cuyos efectos y limitaciones están determinados por la Ley y este Decreto.
11. **Congresos Generales o Autoridades Tradicionales:** Reconocimiento del Estado de la existencia de Congresos Generales o Autoridades Tradicionales como organismos de máxima expresión, decisión, consulta y administración adoptado por los pueblos indígenas de acuerdo a sus tradiciones, a la Ley que crea las Comarcas Indígenas y su carta Orgánica, con las salvedades enmarcadas en la Constitución y Leyes de la República.
12. **Representante:** La (s) persona (s) designada (s) por el Congreso (s) General (es) o la (s) Autoridad (es) Tradicional (es) para gestionar el registro del Derecho Colectivo.
13. **Reglamento de Uso:** Precisa las características comunes a los conocimientos tradicionales y objetos susceptibles de registro de propiedad intelectual.
14. **Presenta la sustentación de la tradicionalidad de un Derecho Colectivo y su aplicación en los pueblos indígenas.**
15. **Contrato de Licencia de Uso:** La facultad del o los pueblos indígenas de otorgar a terceras personas, el Derecho colectivo registrado para uso del conocimiento bajo contrato escrito.
16. **Réplicas:** Reproducción del objeto original. Similitud de objetos que evocan de alguna forma, a los tradicionales y autóctonos. Copia de una obra artística.
17. **Regalías:** Privilegios. Ventaja exclusiva de tipo económico. Concesión.
18. **Concejos:** Asamblea o instancia de decisión del pueblo Naso.

19. Reproducción Industrial: Para aplicación de la ley, se entenderá como reproducción industrial, a la producción de bienes derivados de la utilización de un derecho colectivo registrado y/o amparado por la ley; al igual que a los procedimientos desarrollados a partir del derecho colectivo del ó los pueblo (s) indígena (s).
20. Procesos Cognoscitivos: Conocimiento adquirido, a través del tiempo por la observancia y experimentación del entorno en que se desenvuelve el hombre. Es un conocimiento particular, especial, rico, obtenido de la interrelación hombre-naturaleza, así como de la necesidad de dominar el medio.

Capítulo II: Objetos Susceptibles de Protección

Artículo 3: La DIGERPI clasificará los objetos susceptibles de protección de acuerdo al reglamento de uso de Derecho Colectivo Indígena presentado por el (los) congreso (s) general (es) o autoridad (es) tradicional (es), son entre otros los objetos concretos susceptibles de protección, los descritos en la ley de los artículos 3, 4, 5 y los que a continuación se señalan:

1. Paruma: WA (en lengua Emberá) H APKAJÚA (en lengua Wounaan) Vestido femenino de las indígenas de lenguas Emberá y Wounaan, que consiste en una cantidad de tela de corteza de palma mojada y golpeada (antiguamente corteza del árbol de caucho); o como actualmente se usa, del textil con el que se envuelve en torno a las caderas.
2. Olu'a: Argollas o aretes de forma ovalada que usan las mujeres kunas con su vestimenta. Orejeras.
3. Orbirid: Pectorales de varias secciones unidas por eslabones hasta alcanzar una dimensión que cubre casi todo el pecho de la indígena kuna. Pecheras.
4. Nuchu: Talla de madera de balsa (*Ochroma limonensis*) utilizada en ceremonias religiosas y culturales por los indígenas kunas. Es una figura antropomorfa.
5. Chaqira: Muñon-Kus (en lengua Ngöbe) Crade (en lengua Buglé) Collar de varias vueltas que es el resultado de ensartar cuentas pequeñas de colores dibujando diseños abstractos. Pectoral utilizado por el indígena Ngöbe y Buglé.
6. WIGO: Collar elaborado con cuentas pequeñas de diversos colores, utilizado como prenda de vestir por la indígena Ngöbe y Buglé.
7. Canoa/Cayuco/Piragua: (Jap en lengua Wounaan) (Jambá en lengua Emberá)
8. Embarcación pequeña construida de un solo tronco de árbol y que es movida a remo o a vela. Medio de transporte utilizado en el mar o ríos de los indígenas panameños y comunidades campesinas.
9. CRA: Bolsas o chácaras tejidas con los hilos obtenidos de diferentes fibras, adornados con dibujos y motivos tradicionales de múltiples usos para los pueblos Ngöbe y Buglé.
10. Canalete o Remo: (en lengua Wounaan: döi), (en lengua Emberá: Dobi)
11. Confeccionado de madera. Instrumento utilizado para mover una pequeña embarcación por indígenas y campesinos.
12. Pikiu (En lengua Wounaan) Pikiw'a (en lengua Emberá) Cesta confeccionada del bejuco real por indígenas Emberá-Wounaan.

13. Dicha ardi: Tambo, choza, bohío del indígena Wounaan.
14. Bastón de curación o mando: Barra (En lengua Emberá) Papörmie (en lengua Wounaan) Figuras zoomorfas y antropomorfas talladas en madera las mismas constituyen parte de la instrumentación ritual.
15. Hajua (En lengua Wounaan) Antia (En lengua Emberá) o wuayuco: Vestido masculino que usa el indígena de lenguas Emberá y Wounaan. Pampanilla cubre sexo que consiste en un angosto lienzo de tela sujeto por un hilo (p'ösié) que rodea las caderas. La materia prima es extraída de una palma denominada ferju por los indígenas.
16. Mola: (Morra en lengua indígena Kuna) Una blusa femenina. Aplicación de un pequeño trozo decorativo a una pieza más grande de tela trabajada al revés. Combinación de telas con vistosos y variados colores. La técnica empleada se basa en la rama artesanal del bordado (aplicado). Son confeccionadas manualmente por la indígena Kuna y las mismas contienen dos o más capas de telas cortadas y cosidas una sobre la otra, para mostrar los colores de las telas inferiores. Los motivos de la mola se basan en la cosmovisión, otros simplemente utilizan el diseño geométrico.
17. Jiw'a (En lengua Emberá). Hosig dí (En lengua Wounaan) Cesta de Chunga: Canasta pequeña confeccionada de la hoja tierna de la palma *Astro caryum standleranum* (chunga). Las trenzas se unen utilizando la aguja. Pueden ser blancas o a colores, con diseño. Los Emberá confeccionan máscaras de esta fibra.
18. Jirak: Cesta tejida del tallo de la mata de la Jirak confeccionadas por el indígena Wounaan.
19. Kigá: Hilo o fibra de la planta *Acchmea mafdalena* obtenido después de un proceso artesanal, utilizado por la indígena Ngöbe para confeccionar la chácara.
20. Huas (En lengua Wounaan) Jumpe (En lengua Emberá) pescao Uacuco Nombre de una de las tantas cestas confeccionadas por los indígenas Emberá y Wounaan.
21. Küchuur (En lengua Wounaan) Taza Barredora, Canasta en forma de embudo, cerrada en una de las extremidades, confeccionada por el indígena Emberá y Wounaan.
22. Turpas: Nombre indígena kuna que designa la parte colgante pectorales.
23. Wini: Collares de cuentas utilizados de brazaletes y en las piernas por la indígena Kuna como parte de su indumentaria.
24. Meudau ó Pat'eenb (En lengua Wounaan) N'edau (en lengua Emberá): piezas talladas en madera de cocobolo (*Delbergia d. retusa*) por los indígenas Emberás y Wounaan. Los diseños que imprimen a los trabajos se basan en la flora, fauna y expresiones del hombre.
25. H[^]rp: Cestas confeccionadas por el indígena Wounaan tejidas de la fibra del bejuco del mismo nombre.
26. Jagua: K' ipaar (En lengua Wounaan) Kipar'a (en lengua Emberá) Luego de un proceso artesanal, el tinte de color negro obtenido de la fruta del árbol *Genipa americana* mediante el cual pintan sus cuerpos y tiñen las fibras de las cestas y los trabajos en tagua los indígenas panameños.

27. Nimim En lengua Emberá. Titiimie En lengua Wounaan Tinte de color negro que utilizan los indígenas en las cestas y trabajos en tagua. Es obtenido luego de un proceso artesanal, del bejuco Arrabidea chica.
28. Nukuata: Tela vegetal con la que confecciona el indígena Ngöbe parte de su indumentaria. Es obtenida de la corteza del árbol de caucho (Castilla elástica).
29. Chir Chir (En lengua Wounaan). Cha (en lengua Emberá) Aretes confeccionados en plata.
30. Choo K'ier: (En lengua Wounaan) Flechas confeccionadas por los indígenas Emberá Y Wounaan.
31. Choo p'o: (En lengua Wounaan) Enedruma (en lengua Emberá) Arco. Arma arrojadora que utilizan los indígenas Emberá y Wounaan.
32. Hik'oo (En lengua Wounaan) M'ania (en lengua Emberá) Pulseras confeccionadas en plata en forma de cono. La utilizan en ambas manos los indígenas Emberá y Wounaan.
33. H^r rsir: Flauta: Instrumento musical, utilizado por el indígena Wounaan en sus ceremonias religiosas.
34. Hesapdau: Escritura. Alfabeto Wounaan
35. Jait: Herramienta utilizada por el Wounaan para labrar la canoa o piragua.
36. Orejer (En lengua Wounaan) Orej'era (en lengua Emberá) Aretes de plata en forma ovalada utilizado, por los indígenas Emberá y Wounaan.
37. Sorrtik (En lengua Wounaan) Sort'ia (en lengua Emberá) Anillo confeccionado en plata, en cobre ó en semillas de tagua.
38. Pör sir: Especie de corona confeccionada de oro u otro metal precioso por el indígena Wounaan. Usada por los hombres que conforman la autoridad ancestral.
39. T'ur: (En lengua Wounaan) Zokó (En lengua Emberá) Vasija grande de barro blanco, en la que guarda el indígena Emberá y Wounaan sus chichas, (bebidas) y el agua. También es utilizada para cocinar.
40. Teerjú: Cama confeccionada de la corteza de una palma. Esta materia prima sufre un proceso inicial y es después que es utilizada como cama del indígena Wounaan.
41. Taudau: Figuras talladas en la semilla de la tagua (Phytelephas seemannü) artesanía que distingue al tallador Wounaan,
42. Pazadö: (en lengua Wounaan) Miaz'u (en lengua Emberá) Especie de lanza que utiliza los indígenas Emberá y Wounaan para casar.
43. P'en sir: Juguete del niño Wounaan. Especie de sonajera.
44. Pörk'au: (en lengua Wounaan) Antougué (en lengua Emberá) Especie de banco hecho de un solo tronco de madera. Sirve de asiento o de soporte a la cabeza del indígena.
45. Nangún: Vestido de una sola pieza elaborado con telas de diversos colores con aplicaciones y motivos tradicionales, utilizado por las mujeres Ngöbe y Buglé
46. Drü: Instrumento musical, utilizado por el pueblo Ngöbe y Bugle en sus actividades rituales y tradicionales de diversión. Este es elaborado del camzo extraído de la vegetación existente en su entorno.
47. Ka: Cantos tradicionales Ngöbe y Buglé utilizados para amenizar las celebraciones rituales otras actividades

48. Picheer (en lengua Wounaan), Pechera: confeccionada combinando la chaquira con la plata.
49. Tamburr (en lengua Wounaan) T'ono'a (en lengua Wounaan) Tambor.
50. P'ip'an (en lengua Wounaan) flauta de tres huecos
51. T'okeemie (en lengua Wounaan) Chir'u (en lengua Emberá) juego de flautas menores
52. H^rrsir (en lengua Wounaan) Pi'pano (en lengua en Emberá) Flauta mayor.
53. Haguaserit Música del indígena Wounaan.
54. K'ari chipar: Danzas Wounaan
55. J^di (en lengua Wounaan) Piedra de afilar.
56. U'gu (en lengua Emberá) Patt'ër (en lengua Wounaan) Cerbatana: Carrizo o canuto para disparar dardos o flechas. Instrumento de cacería en el cual se emplea, para su confección, el tallo de la hoja de chungu.
57. Döt'ur (En lengua Wounaan) Cántaro.
58. Dear a d'e (en lengua Emberá) - Casa tradicional Emberá confeccionada con madera y vegetación del habitat.
59. Jirab'a (En lengua Emberá) Hamaca o Chinchorro confeccionada del bejuco denominado por los indígenas como pinuguilla.
60. J'ue por'o (en lengua Emberá). T'erjú (en lengua Wounaan): Petate (Esterilla) confeccionado por el indígena Emberá y Wuonaan de la corteza del árbol de nominado "caucho"
61. Ch'a: Saeta para su confección se emplea la caña blanca. Arma para Cazar, lanzada con el arco por el indígena Emberá
62. Jegui: Baile del Indígena Ngöbe y Buglé
63. Ja Togo Ju Dogwobta: Ritmo de una canción Ngöbe y Bugle canción de la Mantarraya.
64. Noro Tregue (Triturando las flautas) canto de apertura para iniciar una danza en los pueblos indígenas Ngöbe y Buglé.
65. Noro: Flauta: instrumento musical utilizado por el indígena Ngöbe y Buglé
66. Balsería: Un deporte de indígena Ngöbe y Buglé. Realizada en medio de una festividad.
67. Amb'ura (en lengua Emberá) P'öcie Cam (en lengua Wuonaan), Especie de collar que coloca el hombre de los pueblos en Emberá y Wounaan en sus caderas. Confeccionado con cuentas.
68. Ne': Conocimiento del diseño, artístico del pueblo Emberá.
69. K'arl: Danza. Representación espiritual del pueblo Emberá.
70. K'achir'u: Cascarón de bambú, utilizado por los Médicos espirituales del pueblo Emberá, durante la ceremonia de curación,
71. Boro b'ari: Corona confeccionada en oro y plata, utilizada por la mujer Emberá
72. K'ewasoso: Luego de un proceso artesanal en que se emplea una planta trepadora del medio, el producto obtenido es de color azul, que utilizan los Emberá y Wounaan en sus cestas y trabajos en tagua.
73. J'orop'o: Cestas en la que se emplean para su confección, la corteza y los pullones de la "nawala". Artesanía indígena de los Emberá y Wounaan
74. Nek'a (en lengua Emberá) Cesta elaborada por Indígenas Emberá y Wounaan de la fibra de la hoja de chungu (*Astrocaryum standlerianum*) y la "nawala". Se distingue por la variedad de colores y diseños que emplea la artesana para su confección.

75. Jebdop (en lengua Wounaan) Olla de barro confeccionada por los indígenas Wounaan y Emberá.
76. Sip'inpa (en lengua Wounaan). Vara de pescar de los indígena Emberá Wounaan.
77. Pir: Trabajos de orfebrería y platería realizados por el pueblo Wounaan Sortijas.
78. Som Dau (en lengua Wounaan): Collares de cuentas utilizados por la mujeres indígenas Emberá y Wounaan.
79. Pa J^g Dee (en lengua Wuonaan): Perfume obtenido de las plantas.

Artículo 4: Los registros de los derechos colectivos indígenas podrán ser solicitados por las autoridades tradicionales indígenas, en los casos en que la comunidad indígena solicitante no cuente con el Congreso General.

Artículo 5: Los objetos susceptibles de protección pueden proceder de varias comunidades indígenas, pero el registro en la DIGERPI, se asignará al o los Congreso (s) o la (s) Autoridad (es) Tradicional (es) Indígena (s) cualquiera sea el caso, y que cumpla (n) con los requisitos exigidos.

Parágrafo: Los conocimientos tradicionales de los pueblos indígenas son creaciones compartidas entre los miembros de varias comunidades, y los beneficios son concebidos a favor de todos ellos colectivamente.

Capítulo III Registro de Derechos Colectivos

Artículo 6- La solicitud de registro de Derechos Colectivos deberá indicar lo siguiente:

- Que el mismo es un Derecho Colectivo.
- Que pertenece a uno de los pueblos indígenas del país.
- La técnica empleada (si se trata de un objeto).
- Historia (tradición) Breve descripción: Deberá estar acompañada del Acuerdo (Acta) que ampara la solicitud de registro del Derecho Colectivo ante las dependencias designadas por la Ley. Para su sustentación deberá incluirse un ejemplar del reglamento de uso del Derecho Colectivo Indígena.

Artículo 7- El reglamento de uso del Derecho Colectivo, se presenta en un formato que para tal fin confeccionarán las Oficinas de Registro y en el se señalará y adjuntará, lo siguiente:

1. El o los pueblos indígenas que solicita (n) el registro de sus conocimientos tradicionales u objeto susceptible de ser registrados.
2. El o los Congreso(s) General(es) o Autoridad(es) tradicional(es) indígena(s) que presenta la solicitud de registro.
3. El Derecho Colectivo indígena que se solicita registrar. Para identificarlo deberá utilizarse el nombre y contenido en lengua indígena, con la traducción inmediata al idioma español.
4. El uso o usos que se le da al conocimiento tradicional o el uso o usos que se le da al objeto susceptible de registro.
5. Historia (tradición) del Derecho Colectivo.
6. Comunidades Dependientes y Población Beneficiada.
7. Muestra del objeto tradicional susceptible de su registro.

Artículo 8: Las Autoridades de Registro designadas por la Ley verificarán, en el plazo de 30 (treinta) días de presentada la solicitud, que la misma consigne todas las especificaciones contenidas en el artículo anterior. De haberse omitido algún dato o documento requerido, se comunicará al o los Congreso (s) General (es) o Autoridad (es) Tradicional (es) indígena (s), en adelante Representante, de este/os pueblo (s) indígena (s) que solicitó/aron el registro para que complete los mismos, en un plazo no mayor a los 6 meses después la presentación de la solicitud de registro. Después de esa fecha tendrán que volver a presentar la solicitud con la documentación respectiva, consignadas y verificadas las especificaciones requeridas, por las dependencias nacionales autorizadas y se procederá a registrar el Derecho Colectivo solicitado.

Artículo 9: El Representante indígena deberá presentar ante las Oficinas de Registros autorizadas por la Ley, la solicitud del registro del Derecho Colectivo por cada uno de los objetos o conocimientos tradicionales susceptibles de ser registrados.

Artículo 10: Los recursos contra dicho registro deberán notificarse personalmente a los representantes de los Derechos Colectivos, tal y como lo establece el artículo 7 de la Ley, una vez publicado en el Boletín Oficial de la Propiedad Industrial (BORPI). verificar esta sígla.

Artículo 11: El Registro del Derecho Colectivo de un objeto o conocimiento tradicional no afectará el intercambio tradicional entre pueblos indígenas del objeto o conocimiento en cuestión.

Artículo 12: El acceso al Registro del Derecho Colectivo es público, a excepción de las experiencias y procesos cognoscitivos desarrollados por los pueblos indígenas, la técnica o método de elaboración tradicional. No obstante, las oficinas de Registro podrán dar a conocer datos estadísticos y culturales de interés de los centros educativos, investigadores de la cultura, las comunidades portadoras de la cultura, el comercio y la industria.

Artículo 13: Para los efectos del artículo 7 de la Ley y para facilitar el registro de los Derechos Colectivos de pueblos indígenas, la DIGERPI podrá enviar a los funcionarios integrantes del Departamento de Derechos Colectivos y Expresiones Folclóricas a las comunidades indígenas, con el fin de recabar la información necesaria para dar trámite a las solicitudes de registro que se desean presentar.

Artículo 14: El Departamento de Derechos Colectivos y Expresiones folclóricas, creado mediante la Ley, tendrá como objetivo general: coordinar, desarrollar, asesorar y registrar, en términos generales, las actividades de protección de los Derechos Colectivos de los poseedores de los Conocimientos Tradicionales y Expresiones folclóricas.

Para ello llevará a cabo, entre otras, las siguientes funciones:

- a) Examinar las solicitudes que se presenten para registrar los Derechos Colectivos Indígenas y las Expresiones del Folclor.
- b) Crear un archivo manual y automatizado de los Conocimientos Tradicionales y Expresiones Folkloricas, con preferencia del país, que contendrá los registros

- (La información permitida por reglamento), datos, publicaciones, transmisiones orales, las prácticas de las tradiciones, otros.
- c) Crear una tipología normalizada de los Derechos Colectivos y Expresiones de Folclor.
 - d) Velar por el cumplimiento de las leyes existentes, que se refieren a la protección de los derechos colectivos intelectuales de los Conocimientos Tradicionales y las Expresiones Folclóricas y propiciar la creación de nuevas leyes sobre la materia.
 - e) Promocionar el programa de la protección intelectual a los Derechos Colectivos y Expresiones Folclóricas.
 - f) Apoyar Técnicamente y mediante capacitación en el campo de la protección intelectual de los Conocimientos Tradicionales y Expresiones del Folclor, a los pueblos poseedores del Conocimiento Tradicional y de las Expresiones Folclóricas.
 - g) Coordinar con los organismos e instituciones internas e internacionales, que se ocupan de llevar a cabo programas conducentes a la protección intelectual de los Conocimientos Tradicionales y Expresiones del Folclor.
 - h) Cooperar de manera con otros países, con el fin de asegurar en el plano internacional el goce de los derechos pecuniarios derivados de los Registros de los Derechos Colectivos, producto de los Conocimientos Tradicionales, las Expresiones Folclóricas de los pueblos y poseedores de los Conocimientos Tradicionales y de las Expresiones Folclóricas.

Capítulo IV: Promoción de las Artes y Expresiones Culturales Indígenas

Artículo 15: Para los efectos del artículo 10 de la Ley, que plantea el fomento y Promoción de las artes, artesanías y vestidos tradicionales Indígenas, estos parámetros son contemplados en la Ley 27 del 30 de julio de 1997 “Por lo que se establecen la protección, el fomento y el Desarrollo Artesanal”. En lo que a las demás expresiones Culturales de los pueblos indígenas se refiere y concretamente a la certificación que expide la Dirección General de Artesanías o Direcciones Provinciales del MICI, con la anuencia de las autoridades indígenas, se contará con la asesoría de la Dirección Nacional de Patrimonio Histórico del Instituto Nacional de Cultura (INAC) autorizados por la Ley No. 14 del 5 de mayo de 1982: Por la cual se dictan medidas sobre custodia, conservación y administración del Patrimonio Histórico de la Nación”. La certificación a la obra artística, vestido, artesanía u otra forma protegida de propiedad industrial, será expedida por la Dirección General de Artesanías Nacionales (DGAN) del Ministerio de Comercio e Industrias (MICI) y debe constar con los siguientes señalamientos: 1.- Que es un arte o una artesanía tradicional indígena. 2.- Elaborada por manos indígenas

Capítulo V: Derechos de Uso y Comercialización

Artículo 16: Para los efectos del artículo 15 de la Ley, el reglamento de uso de cada pueblo indígena se presentará ante las Oficinas de Registros autorizadas, al presentar la solicitud de Registro de Derecho Colectivo por cada uno de los objetos y conocimientos tradicionales susceptibles de protección.

Capítulo VI: Prohibiciones y Sanciones

Artículo 17: Para los efectos del artículo 20 de la Ley, el Ministerio de Comercio e Industrias, con el consentimiento previo y expreso de los Congresos generales autoridades tradicionales y consejos autorizarán la reproducción industrial ya sea total o parcial de los derechos colectivos registrados. Esta autorización será expedida por la Dirección General de Artesanías Nacionales del MICI, encargada del fomento y desarrollo artesanal, luego que las Oficinas de registros autorizadas por ley estudien y analicen la documentación que presentarán los titulares del registro, que además del consentimiento expreso; incluirán a la solicitud la siguiente documentación y datos:

- a) Acta del Acuerdo o autorización expresa del Congreso, Autoridad o en su defecto el Concejo Indígena poseedora del conocimiento tradicional indígena registrado, en la que se especifica que el Derecho Colectivo será otorgado mediante Contratos de Licencias de uso a terceras personas.
- b) Copia del Contrato de Licencias de uso del Derecho Colectivo Registrado.
- c) Identificación del o los representante (s) de los Congresos o Autoridad (es) Tradicional (es) indígenas de la (s) Comunidad (es) indígena (s) poseedora (s) del Conocimiento Tradicional o Expresión Folclórica registrado que firma (n) el Contrato.
- d) Identificación de las demás partes en el contrato y de sus representantes.
- e) El uso que se aspira dar al Conocimiento Tradicional o expresión folclórica.

Artículo 18: Sólo será registrado como un Contrato de Licencia de Uso de Derecho Colectivo cuando concurren los siguientes requisitos:

- f) Identificación de las partes
- g) Descripción del Derecho Colectivo Registrado objeto del Contrato.
- h) El establecimiento de las regalías que recibirán los pueblos indígenas por el uso del Derecho Colectivo. Estas regalías incluirán un pago inicial o alguna forma de compensación directa inmediata a los pueblos indígenas y un porcentaje del valor de las ventas resultantes de la comercialización de los productos desarrollados a partir de dicho Derecho Colectivo.
- i) El suministro de suficiente información relativa a los propósitos riesgos implicancias de dicha actividad, los plazos de utilización, incluyendo los eventuales usos del derecho colectivo y, de ser el caso, el valor del mismo.
- j) La obligación del licenciario de informar periódicamente, en términos generales, al licenciante acerca de los avances en la investigación, industrialización y comercialización de los productos desarrollados a partir de los derechos colectivos objeto de la licencia.
- k) En caso que en el contrato se pacte un deber de reserva el mismo deberá constar expresamente.

Artículo 19: Los contratos de licencia de uso deberán Inscribirse en un registro que para tal fin, llevará la DIGERPI.

Artículo 20: La Oficina de Registro verificará, en el plazo de treinta (30) días de presentada la solicitud, que la misma consigne todos los datos y documentos especificados en el artículo 17 de la reglamentación. En caso de que se haya producido alguna omisión, notificará a quien solicita el registro a efectos de que complete la solicitud, dentro del plazo de seis (6) meses, bajo apercibimiento de declarar el abandono de la solicitud.

Artículo 21: La licencia de uso del derecho colectivo de un pueblo indígena no impedirá que el mismo continúe utilizándose en las comunidades indígenas poseedoras del conocimiento tradicional, ni afectará el derecho de las generaciones presentes y futuras de seguir utilizándolo y desarrollando a partir del conocimiento colectivo. Esta licencia tampoco impedirá que otros pueblos poseedores del mismo Derecho Colectivo registrado y no firmantes del contrato, otorguen licencias sobre éste.

Artículo 22: Sólo se podrán conceder sublicencias con la autorización del MICI y el consentimiento previo y expreso del titular (es) del Derecho Colectivo Registrado y que cumplan con los requisitos exigidos en el Artículo 1 de reglamento.

Artículo 23: Las Oficinas de Registros cancelarán, de oficio a solicitud de una las partes del contrato, la licencia de uso de un Derecho Colectivo, previa audiencia de las partes interesadas, siempre que:

- a) Haya sido concedido en contravención de cualquiera de las disposiciones del presente régimen.
- b) Se hubiere otorgado con base en datos falsos o inexactos contenidos en la solicitud y que sean esenciales.

Artículo 24: La solicitud de cancelación de registro deberá señalar o adjuntar, según sea el caso, lo siguiente:

- a) Identificación de quien solicita la cancelación
- b) Identificación del representante
- c) Registro del Derecho Colectivo materia de cancelación;
- d) Indicación del fundamento de la acción
- e) Pruebas que acrediten, las causas de cancelación invocadas
- f) Domicilio de los representantes
- g) Copia del acta o acuerdo mediante el cual, el Congreso, Autoridad o Concejo Indígena revoca el contrato de licencia de uso.

Artículo 25: El expediente se encontrará expedito para resolver en un término de 30 días

Artículo 26: Para los del artículo 23 de la Ley, los artesanos no indígenas de Tolé, Remedios, San Félix y San Lorenzo de la provincia de Chiriquí que se dediquen a la producción de réplicas de artesanías tradicionales Indígenas deberán portar su tarjeta de identificación artesanal expedida por la Dirección General de Artesanías del MICI e imprimir, escribir, fijar o identificar cada obra, producto en lugar visible y de forma clara; además el lugar de origen, de acuerdo a los artículos 18, 19, 20 de la Ley No.27 del 30 de julio de 1997.

Capítulo VII: Disposiciones Finales

Artículo 27: El MICI, a través de la Dirección General de Artesanías emitirá permisos y autorizaciones a los artesanos no indígenas que están registrados y posean la tarjeta de identificación artesanal y que se dedican a la elaboración (producción) de réplicas de artesanías indígenas tradicionales al momento de la entrada en vigencia de la ley. Para ello la Dirección General de Artesanías Nacionales enviará el listado de los artesanos autorizados a los Congresos o Concejos o Autoridades Tradicionales Indígenas

Artículo 28: El presente Decreto entrará en vigencia a partir de su promulgación

BIBLIOTECA NACIONAL DE PANAMÁ



3 4189 00062 3382



Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer



Oficina Regional para México, Centroamérica, Cuba
y República Dominicana

Presidente Masaryk No. 29 Piso 6, Polanco
11570, México, D. F.
Tel. (52 55) 5263-9808
Fax: (52 55) 5203-1894
www.unifem.org.mx



Panamá

Casa de las Naciones Unidas

Ciudad del Saber,
Edificio 155.
Apartado 6314, Zona 5, Panamá



Universidad de Panamá,
Campus Octavio Méndez Pereira.

