



Lucy Brinicombe / Oxfam
México

LIDERAZGO ECONÓMICO DE LAS MUJERES EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

Libro 1: Guía de los conceptos clave





OXFAM

ÍNDICE

1 Definiciones básicas de género - Los componentes básicos	3
1.1 ¿Qué es el liderazgo económico de las mujeres?	3
1.2 Género y sexo: ¿en qué se diferencian?	4
1.3 Empoderamiento y capacidad de acción	5
1.4 Relaciones de poder y toma de decisiones	6
1.5 Interculturalidad	6
2. Hogar y WEL	7
2.1 Trabajo reproductivo y de cuidados	7
2.2 Escasez de tiempo	7
2.3 Trabajo doméstico y de cuidados: comprender su relevancia para las intervenciones en el mercado	7
3 Resumen de los mercados	10
3.1 Qué son los mercados	10
3.2 El poder en los mercados	10
3.3 La estrategia de mercados de Oxfam	11
4 Conclusión	11
Apéndice A: Glosario de definiciones	12
Referencias	



Noah Friedman-Rudovsky/Oxfam
Guatemala

GUÍA DE LOS CONCEPTOS CLAVE DE LOS PROGRAMAS DE LIDERAZGO ECONÓMICO DE LAS MUJERES

Esta publicación es en gran medida una adaptación del documento de la región de LAC (Oxfam Gran Bretaña) *Cultivando cambios: un marco conceptual para la justicia de género en programas de medios de vida basados en mercados* (Fries et al., 2010), y se ha elaborado como un documento de apoyo al personal para el fortalecimiento de la labor de Oxfam en LAC en materia de medios de vida basados en los mercados y justicia de género.

Para que las iniciativas de desarrollo económico contribuyan a la igualdad de género, los profesionales del desarrollo, los líderes y los simpatizantes de los procesos de desarrollo deben compartir una base común de conocimientos conceptuales. Esta publicación está diseñada para facilitar definiciones conceptuales básicas y acompañar el documento “Guía detallada de WEL” (2014), como parte de la Serie de 2014 sobre el Liderazgo Económico de las Mujeres en LAC. Proporciona definiciones sencillas que facilitan la comprensión de problemas, soluciones y conceptos complejos, que subyacen a la metodología WEL. Se limita a algunas definiciones, y no pretende ser exhaustiva.

Esta publicación proporcionará al lector:

- Una comprensión renovada o reforzada de las definiciones básicas de justicia de género
- Una base teórica para desarrollar nuevas estrategias sencillas con el fin de facilitar cambios en cuestiones de género y relaciones de poder.

1 DEFINICIONES Y COMPONENTES BÁSICOS DE GÉNERO

1.1 ¿QUÉ ES EL LIDERAZGO ECONÓMICO DE LAS MUJERES?

El liderazgo económico de las mujeres (WEL, por sus siglas en inglés) hace referencia al proceso de fortalecimiento de la función de las mujeres como protagonistas de su propio desarrollo social y económico. WEL, como metodología de Oxfam, hace referencia al proceso de identificación de oportunidades de mercado comercialmente viables que sean beneficiosas para las mujeres e incrementen su poder en los sistemas de mercado¹. La metodología WEL es un proceso participativo orientado a analizar y seleccionar oportunidades de mercado que resulten estratégicas para las mujeres, cuestionar las dinámicas de poder existentes y examinar mercados nuevos más rentables y que conlleven menos riesgos. Además, la metodología vincula dicho “análisis de mercado con un análisis de género del trabajo doméstico, los riesgos específicos de las mujeres, la violencia de género y las normas relacionadas con las mujeres y los hombres en las comunidades, así como aumentar su agencia. Esta metodología también promueve la igualdad de género en la toma de decisiones económicas y en la incidencia política”², e incluye:

La presente guía debería ser utilizada por los responsables de la ejecución de programas WEL, entre ellos:

- Fortalecer la educación, las capacidades y las competencias de las mujeres para que puedan ejercer control e influencia en sus situaciones económicas, así como un mejor liderazgo para estimular las economías y crear condiciones y oportunidades justas para otras mujeres y hombres.
- Aumentar la empleabilidad de las mujeres como pequeñas productoras y empresarias, así como la participación económica de las mujeres en las cadenas de valor y como agentes del mercado.
- Modificar las actitudes y las creencias de las mujeres y los hombres en diferentes esferas de la sociedad (individual, doméstica, comunitaria, en el mercado y la sociedad, así como en las instituciones y las estructuras sociales) y cambiar las dinámicas de poder hacia la igualdad en la toma de decisiones económicas, sociales, políticas y culturales. Todo ello requiere igualdad de acceso y control de los recursos para las mujeres.
- Empoderar a las mujeres y a los hombres para propiciar estos cambios, con el fin de salir de la pobreza de manera colectiva e igualitaria.

Para conseguir el liderazgo económico de las mujeres mediante el aumento de su poder y participación en los mercados y las cadenas de valor en calidad de emprendedoras, generadoras de ingresos y empleadoras, hay que cambiar las condiciones que las mantienen sometidas a la dependencia económica para que puedan desarrollar todo su potencial. Esto les ayuda a liberarse de su dependencia económica de los hombres, así como a adquirir autonomía y control sobre sus propias vidas.

En todos los contextos, las mujeres se enfrentan a múltiples obstáculos para conseguir el liderazgo económico. Es fundamental que los profesionales del desarrollo aborden de manera intencionada —de algún modo— uno o más de estos obstáculos y respalden los esfuerzos de las mujeres y los hombres a la hora de reflexionar y tomar medidas para salvar dichos obstáculos, con el fin de contribuir a la sostenibilidad a largo plazo del liderazgo económico de las mujeres en general. Estos obstáculos afectan de manera diferente a las mujeres, “...varían en función de los contextos y las condiciones y actúan en conjunto

1. Oxfam (2014)
2. Ibidem.

con obstáculos asociados a otras condiciones como la clase, la etnia, la cultura, las competencias, la edad y la orientación sexual” (Fries et al., 2010). Asimismo, se originan en diversas esferas de la sociedad, tales como el hogar y la familia, la comunidad y las organizaciones de la sociedad civil, así como en las instituciones políticas y los sistemas judiciales.

La metodología WEL pretende que las mujeres adquieran poder económico y social para salir de la pobreza. En términos prácticos, implica:

- Asegurar recursos económicos.
- Adquirir poder en los mercados.
- Crear iniciativas colectivas eficaces para las mujeres en grupos formales e informales.
- Cambiar las actitudes y las creencias para posibilitar las relaciones igualitarias con los hombres, reconocer el valor del trabajo productivo y de cuidados no remunerado, así como promover el papel de las mujeres en la toma de decisiones económicas.
- Abordar los riesgos específicos de las mujeres, la violencia de género y los efectos del cambio climático en las mujeres.

Nuestro punto de partida para promover el liderazgo económico de las mujeres es el de los derechos. Las mujeres tienen derecho a participar plenamente y en condiciones de igualdad, y a disfrutar de un control equitativo de la economía.

También basamos nuestro trabajo en el argumento económico fundamental de que la desigualdad entre hombres y mujeres retarda el crecimiento económico y, en cambio, la igualdad de género puede aumentar la productividad de las inversiones en iniciativas agrícolas y en otros medios de vida.

Fuente: Oxfam (2014)

1.2 GÉNERO Y SEXO: ¿EN QUÉ SE DIFERENCIAN?

Las referencias al *sexo* y *el género* suelen utilizarse de manera intercambiable, sin embargo, es importante aclarar la diferencia con el fin de crear una base conceptual para la programación sobre justicia de género en las iniciativas de liderazgo económico. En el marco de WEL, nos basamos en las definiciones que utilizamos en Oxfam para nuestras actividades. El marco conceptual de justicia de género de Oxfam (Fries et al., 2010) distingue los dos términos de la forma siguiente:

Mientras que el *sexo* se refiere al conjunto de características biológicas de las mujeres y los hombres, el *género* tiene que ver con los roles sociales, culturales, políticos y económicos que se espera de los hombres y mujeres, que estos aprenden y a través de las que socializan, aparte del valor que les asigna la sociedad. Se trata de ideas, creencias y valores constituidos socialmente en relación con el comportamiento de los hombres y las mujeres, que determina sus diferentes limitaciones y oportunidades.

Como construcción social, el género influye y determina:

- Cómo se asignan y asumen los roles y las responsabilidades
- Quién está facultado para tomar decisiones en la familia, la comunidad, el mercado, el gobierno...
- Quién tiene acceso a los recursos, así como control sobre ellos

Estos aspectos definen a su vez las relaciones de género y generalmente están reforzadas por las prácticas, las normas, las creencias y su expresión en diversas esferas, estructuras, instituciones y culturas; así como por las creencias y las actitudes culturales de la población general. El género está intrínsecamente vinculado a “la clase, los niveles de pobreza, la etnia, la cultura, la edad y las competencias, entre otros factores; y no opera de forma independiente del resto de las dinámicas socioculturales” (Fries et al., 2010), por lo tanto ha de entenderse conjuntamente con estos factores al preparar la estrategia para el liderazgo económico de las mujeres. La discriminación por motivos de género adopta diversas formas para mujeres diversas en diversos contextos, y no es la única fuente de desequilibrio de poder y violencia (Oxfam 2012).

1.3 EMPODERAMIENTO Y CAPACIDAD DE ACCIÓN

Para nuestros propósitos, el **empoderamiento** hace referencia a la capacidad de propiciar cambios en nuestra propia vida, para aumentar el control, las oportunidades, las opciones y la libertad como parte de la redistribución de poder en la sociedad y entre géneros (Kabeer 2002, Moser 1989). Hace referencia a un proceso tanto individual como colectivo de sensibilización y concientización sobre los efectos de las estructuras y los sistemas en la vida de una persona, y al establecimiento de medidas para deconstruir las desigualdades de género a partir de esta premisa. Oxfam (2012, pág. 6) define el “empoderamiento” como el proceso de adquisición de control sobre sí mismo, sobre la ideología y los recursos que determinan el poder. Esto conlleva las facultades individuales poder de acción, poder colectivo y poder interior, como parte integral de la transformación de los roles de género.

El origen de la reflexión en el empoderamiento se encuentra en la teoría feminista y la educación popular, que resaltan las dimensiones personales e internas del poder. Overseas Development Institute (2009).

Empoderamiento y poder

“Conseguir el empoderamiento está íntimamente vinculado a abordar las causas de la falta de empoderamiento y a corregir las desventajas causadas por el modo en que las relaciones de poder conforman las opciones, las oportunidades y el bienestar...los conocimientos de la teoría de género que se han sumado al debate sobre el empoderamiento han aportado una mayor claridad sobre la cuestión, particularmente que el poder consiste en algo más que el ‘poder sobre’ las personas y los recursos.” (Overseas Development Institute, 2009).

La labor de Oxfam se basa en el entendimiento de que las relaciones desiguales de poder son una de las principales causas subyacentes de la pobreza y el sufrimiento. Uno de los objetivos de Oxfam es transformar las relaciones de poder, de manera que los hombres y las mujeres pobres tengan más influencia en las políticas, las estructuras y las normas sociales que afectan a sus vidas. No obstante, las relaciones desiguales de poder se manifiestan de muchas maneras diferentes: desde las disposiciones comerciales injustas que benefician desproporcionadamente a los países ricos, hasta las normas sociales que provocan que las jóvenes padezcan malnutrición porque solo pueden comer cuando sus hermanos varones se han saciado.

El poder adopta diversas formas (visible, oculto e invisible), se desempeña en varios espacios (cerrados, por invitación y creados) y tiene lugar en diferentes niveles (doméstico, local, nacional y mundial).

Normalmente concebimos el poder como el control sobre los demás o la capacidad para conseguir lo que queremos, pero el poder también puede ser más sutil. Por ejemplo, el poder puede ser la fuerza y la capacidad que adquirimos al colaborar con otras personas por un objetivo común, la propia confianza en nosotros mismos, en que podemos lograr nuestras metas, o el valor para tomar una determinada medida.

Según Oxfam (2009), el poder puede ser:

- *Poder sobre*: el poder de los fuertes sobre los débiles, especialmente el poder para excluir a otras personas.
- *Poder de acción*: la capacidad para adoptar medidas y llevarlas a cabo.
- *Poder colectivo*: mediante la organización, la solidaridad y la acción conjunta.
- *Poder interior*: la confianza en uno mismo/a, que suele estar vinculada a la cultura, la religión u otros aspectos de la identidad, que condiciona los pensamientos y las acciones que parecen legítimas o aceptables.

El término **agencia** vincula el término empoderamiento con el enfoque de “capacidades” de Amartya Sen (1993). Incluye la libertad de elección y la capacidad para tomar decisiones; en función de las opciones reales disponibles, y trasciende las elecciones realizadas únicamente en beneficio personal. La capacidad de acción de las mujeres hace referencia a su capacidad para cuestionar las creencias, los valores, las leyes, los sistemas y las estructuras que mantienen y perpetúan las ideologías que sustentan la subordinación económica, política, social y cultural de todas las mujeres. La capacidad de acción se basa en las capacidades de las mujeres, no solo como agentes para ejercer sus propios derechos, sino también como líderes para liberar a todas las mujeres de diversas formas de opresión.

1.4 RELACIONES DE PODER Y TOMA DE DECISIONES

La investigación de Oxfam (2013a) muestra que, aunque las mujeres aumenten sus ingresos y aporten más recursos al hogar, los hombres suelen seguir tomando las decisiones sobre cómo se utilizan esos recursos. En otras palabras, contribuir al empoderamiento económico de las mujeres no siempre conlleva automáticamente la igualdad en el hogar, la comunidad o la sociedad. Esto se debe a que un desequilibrio de poder se origina en la desigualdad, y se expresa mediante las relaciones entre los hombres y las mujeres en lugares tales como el hogar, la comunidad y el mercado; así como en las instituciones y estructuras de la sociedad. Estos pueden ser formales o informales y están determinados por la clase, la etnia, la edad así como otros factores (Fries et al., 2010).

Cambiar las dinámicas de poder y promover la toma de decisiones en condiciones de igualdad en diversos ámbitos de la sociedad es una tarea compleja y abrumadora cuyo desarrollo entraña un proceso a largo plazo. Este proceso puede facilitarse mediante una formación continua de sensibilización en cuestiones de género para varias generaciones, así como una mayor concientización sobre los derechos de las mujeres en la sociedad como agentes políticos, económicos, culturales y sociales.

1.5 INTERCULTURALIDAD

¿Qué es la interculturalidad?

La interculturalidad hace referencia a un respeto por diferentes modos de ver el mundo y concebir el universo y las relaciones, sin conceder más importancia a uno en particular, pero reconociendo que esa variedad de concepciones se ha estado ignorando y degradando en el curso de la historia. El objetivo es facilitar la preservación de las creencias y prácticas culturales sin forzar una adaptación a la cultura dominante, y sobrepasar la “tolerancia” del otro, al reconocer la importancia del respeto mutuo y al aprender mediante el intercambio, el diálogo y la comprensión. La interculturalidad promueve la diversidad como un elemento importante que fomenta las interacciones horizontales y sinérgicas (Oxfam 2010).

Los contextos del desarrollo no son homogéneos, y resulta importante reconocer que, como facilitador del cambio, Oxfam no solo tiene en cuenta la diversidad cultural, sino que también garantiza que el trabajo de desarrollo sea apropiado para dicha variedad de contextos. En LAC, el personal y los socios de Oxfam han reflexionado y realizado un análisis sobre cómo trabajar en contextos multiculturales, y han observado que trabajar con organizaciones y socios locales es esencial para garantizar que los programas de desarrollo se diseñen y apliquen desde los contextos culturales en los que se llevarán a cabo.

Los obstáculos a los que se enfrentan las mujeres derivan de la discriminación por motivos de género, edad, condición social, etnia y raza, así como otros factores adicionales. Ninguna forma de discriminación es “más importante” que otra, sin embargo múltiples obstáculos colocan a las mujeres que se enfrentan a una discriminación múltiple en una posición de vulnerabilidad extrema, y puede excluirlas de alcanzar su pleno potencial económico, social, político y cultural. El carácter intercultural de los derechos debe reconocerse, y los actores locales colectivos deberían participar en el diseño y la puesta en marcha de las estrategias de promoción de WEL.

2 HOGAR Y WEL

2.1 TRABAJO REPRODUCTIVO Y DE CUIDADOS

El trabajo reproductivo y de cuidados se refiere a todo trabajo que se realice en el hogar para criar y cuidar a los miembros de una familia mediante la preparación de comidas, la limpieza, la higiene y el cuidado de los niños, los jóvenes y los ancianos. Esto comprende todas las actividades necesarias para efectuar dichas tareas, como la recogida de leña y agua, así como el aseo. Puede incluir igualmente la participación en las actividades locales en nombre de la familia. Este trabajo es vital para sustentar las economías y sociedades, a pesar de que, en América Latina en general, no suele estar reconocido ni remunerado, o está mal pagado. Es un trabajo que continúa siendo invisible en gran medida y no está acompañado por la condición o el poder. En la mayoría de los casos, se asigna a las mujeres y las niñas, lo que implica una inversión de tiempo considerable, en especial cuando se combina con las realidades rurales que requieren ir en busca de agua, leña, así como otras actividades intensivas en mano de obra. Oxfam ha desarrollado una serie de herramientas que permiten comprender y analizar el trabajo reproductivo y de cuidados.³

2.2 ESCASEZ DE TIEMPO

Hoy en día, las responsabilidades derivadas del trabajo de cuidados siguen recayendo en gran medida en las mujeres, en especial en las zonas rurales de América Latina y el Caribe, y el tiempo que invierten las mujeres no ha disminuido de manera proporcional al aumento de su participación en el trabajo productivo. En aquellos lugares donde no se aplican las tecnologías que ahorran tiempo, y en los casos en que no se ha producido un cambio en la división sexual del trabajo, las mujeres suelen carecer de control sobre el uso del tiempo, y por lo tanto son consideradas 'pobres de tiempo'. Esto limita su capacidad para participar en otras actividades que generan ingresos, así como en otras áreas de la sociedad, lo cual afecta también a su capacidad para convertirse en líderes influyentes en las economías locales, nacionales e internacionales. Los profesionales del desarrollo deben tener cuidado si promueven actividades empresariales o productivas que sirvan para reforzar las funciones tradicionales de las mujeres en el hogar, tales como las actividades totalmente orientadas al servicio, como cocinar y coser. Asimismo es importante fomentar la reestructuración la división sexual del trabajo y examinar de manera creativa las alternativas que buscan incrementar el liderazgo de las mujeres y las posiciones de poder.

2.3 TRABAJO DOMÉSTICO Y DE CUIDADOS: COMPRENDER SU RELEVANCIA PARA LAS INTERVENCIONES EN EL MERCADO

Las subsecciones siguientes son en gran medida una adaptación de Oxfam (2011).

Si no se cuestiona ni modifica la división de trabajo, las tareas y las responsabilidades, el tiempo invertido, ni se reconoce la remuneración y el valor económico y social del trabajo reproductivo entre hombres y mujeres, la situación de las mujeres nunca cambiará de manera significativa en el mundo.

Fries et al., 2010

El estrecho vínculo entre las mujeres y el hogar tiende a afectar su trabajo remunerado. El rendimiento puede verse afectado por el cansancio, desde una larga jornada laboral (reproductiva y productiva), pasando por el absentismo debido a la enfermedad de un hijo o hija o la carencia de alternativas asequibles para el cuidado de los niños. Para tener éxito en el mercado de trabajo, las mujeres tienen que trabajar mucho más para superar sus condiciones y realidades "privadas", además de los estereotipos derivados del sexismo.

Oxfam 2010

3. "Rapid Care Analysis- Oxfam's Practical tools for local development", en <http://www.slideshare.net/Oxfamgb/rapid-care-analysis-initial-findings-oxfam> (última consulta en enero de 2014)

Abordar el poder para conseguir el cambio

Existe una gran oportunidad para que las organizaciones como Oxfam destaquen el trabajo de cuidados en el trabajo de incidencia en políticas y cabildeo, así como para incorporar el trabajo de cuidados en los programas y proyectos.

Debido a que el poder obra para mantener el status quo, incorporar los cuidados en la agenda de desarrollo requiere de una respuesta política que reconozca y aborde los sesgos personales y del sistema. Estas tres herramientas de poder pueden ayudar a propiciar el cambio.

- Abordar los sesgos personales mediante la reflexión personal continua
- Crear alianzas para cambiar los sesgos del sistema
- Analizar el poder a fin de identificar y aprovechar las oportunidades

Dar forma al cambio mediante una sucesión de pequeñas victorias.

A partir de estas tres herramientas, se propone una estrategia que consiste en una sucesión de pequeñas victorias al nombrar, enmarcar, reivindicar e incluir los cuidados en la programación. No siguen una secuencia lineal, y a menudo pueden actuar conjuntamente. **Los programas, por ejemplo, pueden diseñarse con el fin de mejorar las demandas de reivindicación mientras que el enmarcar suele ser parte integral del formular reivindicaciones o de los programas de desarrollo.**

- Nombrar: visibilizar el trabajo de cuidados en las discusiones sobre políticas
- Enmarcar: promover los cuidados como parte integral del bienestar humano
- Reivindicar: Exigir la acción gubernamental

Instituto de Estudios sobre Desarrollo, 2013

2.3.1 Definir el hogar

Los hogares tienen diversas composiciones, y las características de un hogar “típico” pueden diferir enormemente según el contexto. Pueden ser monoparentales, o estar compuestos de una familia nuclear o ampliada, e incluso vivir varias familias y/o generaciones en una misma vivienda o predio. Los hogares también pueden adoptar la forma de una unidad económica en la geografía y el espacio cuando sus miembros incluyen a personas que han migrado y contribuyen a los ingresos domésticos mediante remesas. Cabe señalar que, en función de las características generales de la composición del hogar, las funciones, las posiciones, el poder relativo y el poder de negociación variarán según el género y otros factores.

Un hogar depende de la suma de los bienes y servicios que producen sus miembros, entre ellos el trabajo remunerado, el trabajo productivo y reproductivo no remunerado, así como el trabajo comunitario o voluntario. El funcionamiento y la subsistencia de un hogar requiere del acceso a los recursos naturales locales, infraestructura y servicios básicos, así como protección social, que suele ser la función del Estado.

A pesar de la tendencia general de separar las esferas “públicas” y “privadas” (por ejemplo, mercado y hogar), la relación de las mujeres con el hogar ha estado tradicionalmente vinculada a la esfera privada. La inversión de tiempo en las responsabilidades de cuidados influye directamente en la participación en las responsabilidades productivas y remuneradas ajenas al hogar. La participación doméstica de las mujeres y los hombres influye en su capacidad para que ambos participen en los mercados, así como para lograr acceder a productos y servicios que faciliten la participación en el mercado.

A pesar del aumento de la presencia de las mujeres en los mercados y las actividades de generación de ingresos, estudios recientes indican que cuando las mujeres aceptan trabajos fuera de casa apenas se redistribuyen las responsabilidades del trabajo doméstico entre los géneros, es decir que pocas de estas tareas y responsabilidades pasan a recaer en los hombres (Instituto de Estudios sobre Desarrollo, 2013).

2.3.2 Dimensiones de un hogar y poder de negociación

Oxfam reconoce cuatro dimensiones en un hogar:

- Trabajo de cuidados no remunerado
- Trabajo productivo no remunerado
- Actitudes, creencias y normas sobre los roles atribuidos a cada género
- Recursos, bienes, tiempo y trabajo

Estas dimensiones influyen en las dinámicas de un hogar, la participación en los mercados, y también ayudan a determinar el poder de negociación relativo de un miembro del hogar, su acceso a los recursos y control sobre ellos, así como los beneficios que dicho acceso reporta.

En las dinámicas domésticas, el proceso de negociación es intrínseco, lo que también acusa la influencia de diversos factores contextuales, pero resulta especialmente importante cuando se considera cambiar las funciones y las relaciones dentro y fuera del hogar. Es esencial que las propias mujeres definan qué es negociable, junto con el apoyo de otras personas, en cuanto a los roles y responsabilidades, el poder, el acceso y el control de los recursos en un hogar.

Algunos factores importantes pueden identificarse como fundamentales para crear condiciones para las negociaciones:

- Los conocimientos y competencias, la autoestima y el poder interior
- La propiedad de bienes
- El potencial de los ingresos actuales y futuros
- La percepción de la contribución de las mujeres a la economía doméstica: tanto la percepción propia como la de los demás
- El reconocimiento y la asignación de valor al trabajo de cuidados en la economía doméstica y social

Es importante concebir dichos factores como condiciones subyacentes que pueden reforzarse con el fin de mejorar la posición de las mujeres para negociar sus roles y responsabilidades en sus hogares.

2.3.3 Por qué tener en consideración el hogar en las actividades WEL

Los programas WEL tienen como objetivo conseguir beneficios a largo plazo para todos los miembros de una familia, pero es importante reconocer que las relaciones de poder a todos los niveles influyen en las personas que se benefician de los procesos de cambio que respaldamos. Dado que el objetivo de WEL es que las mujeres y las familias se beneficien del desarrollo de mercados y de cambios en los mismos, resulta importante que tengamos en cuenta cómo se integran los roles de género en los hogares —en particular su capacidad para influir en la participación en los mercados, así como quién se beneficia de dicha participación. Transformar las relaciones de poder basadas en el género en los hogares puede generar una mejora de la situación de las mujeres, su control sobre los bienes y los ingresos, el control de su propio tiempo, el poder para tomar decisiones familiares, así como contribuir a prevenir la violencia.

Es igualmente importante tener presente el hogar al pensar en la sostenibilidad de las actividades para aumentar la participación y el liderazgo económico de las mujeres. Esto significa ir más allá de la generación de ingresos e incluye influir en el control de los ingresos, los bienes, el tiempo, el trabajo y las finanzas, por ejemplo. También significa, en función del contexto, prestar asistencia durante las nuevas negociaciones colectivas sobre el tiempo y el trabajo en el hogar y la comunidad.

2.3.4 Reconocer la resistencia a los programas WEL

El liderazgo económico de las mujeres implica un cambio y propicia modificaciones de las funciones tradicionales o históricamente aceptadas de las mujeres y los hombres tanto dentro como fuera del hogar. Esto incluye cambios en el comportamiento y las rutinas, la repartición del tiempo para las tareas domésticas, la negociación de las tareas e incluso cambios de las funciones tradicionales. Conforme se producen estos cambios, los miembros de la familia, las comunidades y la sociedad pueden reaccionar de manera positiva o negativa. Las reacciones negativas suelen provenir de la resistencia ante los cambios en las normas socioculturales tradicionales y las estructuras de poder, y pueden dar lugar a diferentes tipos de respuestas, incluso una reacción violenta. Éstas aumentan los riesgos de que los resultados tengan un efecto negativo en el empoderamiento de las mujeres a corto plazo.

Es preciso prestar una atención especial a la posibilidad de incrementar el riesgo de violencia (véase Un planteamiento para la prevención de la violencia contra las mujeres en los programas de liderazgo económico de las mujeres, que también forma parte de este compendio), pero también a los cambios más sutiles que pueden y podrían ocurrir en los hogares, como resultados deseados o no deseados de los procesos de WEL. Todo profesional del desarrollo que aplique programas de empoderamiento económico debería ser consciente, y vigilar los riesgos resultantes de la resistencia y/o la reacción adversa, en especial del riesgo de violencia.

Preguntas sobre las que reflexionar

Conforme las mujeres generan más ingresos en un mercado específico, ¿qué pasa en el hogar? ¿Controlan el modo en que se utilizan los ingresos en el hogar; se ha aliviado su carga de tiempo mediante la redistribución de tareas domésticas? ¿Cuáles son los posibles resultados no previstos de los procesos de desarrollo?

¿Cómo podemos garantizar que, si surgen rencores y resistencia debido al cambio de las normas tradicionales y las funciones de género, no deriven en violencia doméstica o comunitaria contra las mujeres? ¿Cómo vigilamos si esto está sucediendo?

El PASO 6 de la GUÍA de WEL, Apoyar los cambios positivos en los hogares, debería consultarse tras leer este capítulo, ya que complementa esta sección con pasos prácticos suplementarios para tener en cuenta cuándo aplicar la metodología WEL y respaldar todo su proceso.

Además, es fundamental buscar formas para trabajar con otras personas en las estrategias a fin de que los cambios sean ágiles, positivos y sostenibles a nivel de los hogares, así como para determinar e influir en estrategias específicas que promuevan cambios positivos en los hogares, tales como el trabajo específico sobre la sensibilización en cuestiones de género con las parejas y los maridos, por ejemplo. Las mujeres que participan en los programas WEL también deberían colaborar en el seguimiento de estos cambios, así como en el diseño de sus propias estrategias para hacer frente a los posibles riesgos. Los profesionales del desarrollo deberían prestarles apoyo en este proceso y ponerlas en contacto con actores con experiencia en la materia.

3. RESUMEN DE LOS MERCADOS

3.1 QUÉ SON LOS MERCADOS

Los mercados pueden ser formales o informales, tienen varios niveles de regulación e incluyen un sistema de actores, que suele organizarse en torno a una cadena de valor o suministro para unos bienes o servicios específicos. Éstos reciben el apoyo, y dependen, de varios factores externos para poder participar, así como de una infraestructura para su funcionamiento. Además de centrarse en el apoyo financiero, técnico y agrícola de los pequeños productores y productoras de las cadenas de suministro, la estrategia de mercados de Oxfam se centra en trabajar con el sector privado y otros actores con el fin de cambiar las dinámicas de poder de los sistemas de mercado. Esto implica trabajar con las organizaciones de productores y productoras, así como en el desarrollo empresarial para aprovechar el poder, la participación y la negociación de los productores y productoras en los sistemas de mercado.

Los actores de mercado se distinguen por su posición cuando un producto cambia de manos, y pueden ser personas u organizaciones, productores, proveedores, procesadores, comerciantes, minoristas/detallistas o consumidores. Este sistema está respaldado y regido por las políticas, las instituciones, las reglas y las normas propias del contexto o país en que opera. Cuenta igualmente con el apoyo de los servicios y la infraestructura, en particular aquellos que posibilitan el funcionamiento de un mercado, tales como la producción, la financiación, el transporte y los servicios de desarrollo empresarial entre otros (Oxfam, 2009). También puede incluir infraestructura como las carreteras, los edificios y las condiciones ambientales. En nuestras intervenciones para conseguir un cambio, solemos centrarnos en un número reducido de actores, ya que comprendemos sus roles en un sistema de mercado más grande (Sahan et al., 2011).

3.2 EL PODER EN LOS MERCADOS

Oxfam cree que los desequilibrios de poder en los mercados es una de las causas principales de la desigualdad, incluso de la desigualdad entre hombres y mujeres (Oxfam 2009). En la mayoría de los contextos, las poblaciones locales dependen de los compradores y tienen pocas capacidades para negociar precios mejores para sus productos (suele deberse a un desequilibrio de poder y la falta de organización de los proveedores), en especial los productores y productoras a pequeña escala. A escala nacional, las políticas y las prácticas en relación con los recursos naturales y la provisión de la infraestructura suelen estar sesgadas a favor de las personas que ostentan el poder dentro de los sistemas de mercado, o directamente controladas por ellas. A escala mundial, las normas del comercio internacional desfavorecen a las personas pobres, que no pueden participar en las negociaciones.

Las mujeres son, generalmente, el grupo más marginado y excluido de las instituciones de los mercados; los proveedores de servicios las ignoran, disponen de recursos limitados para ser productivas económicamente, están sujetas a las restricciones de las normas culturales y el tiempo de que disponen es escaso a causa de las tareas domésticas y de cuidados. Oxfam pretende cambiar esta situación al aumentar el poder de las personas pobres en los mercados, con el fin de garantizar que la riqueza que genera el crecimiento económico se distribuya de una manera más equitativa.

3.3 LA ESTRATEGIA DE MERCADOS DE OXFAM

Oxfam “adopta un enfoque de sistemas de mercado porque reconoce su complejidad y la función de los agentes ajenos al mercado, como los Gobiernos, y la importancia de los factores asociados, por ejemplo la infraestructura, en materia de desarrollo y medios de vida” (Sahan et al., 2011). Oxfam trabaja para cambiar las dinámicas de poder en los mercados, a fin de beneficiar a las poblaciones pobres, y más concretamente, a las mujeres. Los años de experiencia en el trabajo con pequeños productores y productoras y asociaciones, así como con propietarios y propietarias de empresas pequeñas, han permitido generar un extenso aprendizaje sobre la necesidad de centrarse en las dinámicas de poder de los mercados para conseguir que funcionen para las poblaciones que viven en la pobreza. Al respaldar el mejor posicionamiento de los pequeños productores/as y emprendedores/as en los mercados, Oxfam se centra en las cuestiones siguientes (Oxfam, 2009):

- Reforzar la viabilidad empresarial de las empresas de las personas pobres al trabajar con productores y productoras a fin de ayudarles a organizarse y garantizar que dispongan de la capacidad de producción, comercialización, financiera, y organizativa suficiente para obtener beneficios decentes por los productos que cultivan o elaboran;
- Facilitar los vínculos entre los pequeños productores y productoras y otros actores del mercado con el fin de garantizar que disfruten de unas relaciones equitativas con los compradores y que puedan acceder a los servicios financieros y de desarrollo empresarial clave;
- Mejorar el marco reglamentario y crear un entorno propicio más amplio para la pequeña agricultura. Por ejemplo, mediante el cabildeo para conseguir cambios que beneficien a los pequeños productores y productoras en las políticas comerciales, la inversión gubernamental en infraestructura o servicios y la gestión de los recursos naturales.

Derribar las barreras en los distintos niveles y esferas de la sociedad (individuales, colectivos, organizativos, familiares, sociales, etc.), y aumentar el poder y la participación de las mujeres en los mercados y las cadenas de valor como emprendedoras, generadoras de ingresos y empleadas repercutirá en las relaciones de género y las transformará, y contribuirá también al desarrollo económico general.

4. CONCLUSIÓN

Como parte de la Serie de 2014 sobre el Liderazgo Económico de las Mujeres en LAC, esta publicación recopila un conjunto diverso de ideas y conceptos que tienen como objetivo mejorar la comprensión de los vínculos entre la justicia de género y el desarrollo económico. Asimismo, destaca la importancia de abarcar varias esferas en las intervenciones WEL, especialmente en los hogares, para que los programas WEL promuevan de manera eficaz la justicia de género y el cambio de las dinámicas de poder. Esta publicación guía al lector a través de una serie de definiciones básicas sobre las cuestiones de género, a fin de crear la base conceptual necesaria para el estudio del resto de publicaciones de esta serie.

Se han resaltado los conceptos que vinculan las definiciones de género con el trabajo productivo y reproductivo, así como las expresiones de dicho trabajo en los hogares, las familias, los mercados y las comunidades. Las definiciones de los conceptos relevantes pretenden crear unas bases comunes para los profesionales del WEL en la región de América Latina y el Caribe, al aportar claridad a la terminología que se utiliza en la serie.

Se espera que esta lectura sirva de apoyo a dichos profesionales durante el proceso de diseño de estrategias para la aplicación de WEL que faciliten los cambios de las relaciones de poder a nivel individual, y que también tengan efectos en diferentes dimensiones, entre ellas los mercados, las comunidades y los hogares.

APÉNDICE A:

GLOSARIO DE DEFINICIONES

Bienes/activos: Propiedad perteneciente a una persona o empresa, que se considera de valor y con la que se pueden saldar deudas, compromisos o legados (Oxford University, 2010). En un hogar y una empresa se consideran activos o bienes las tierras, el equipamiento, los edificios y el efectivo, entre otros.

Reacción adversa/violenta: Una reacción fuerte y adversa por un gran número de personas, en especial ante un desarrollo social o político (Oxford University, 2010). Pueden experimentarse reacciones negativas como consecuencia de los cambios de las relaciones de poder a varios niveles, y pueden iniciarlas los miembros de una familia, la comunidad o incluso los actores del mercado. En todos estos casos, los resultados esperados de una reacción adversa consistirían en volver a la situación previa a los cambios que se hayan efectuado.

Punto de equilibrio: Alcanzar un punto en una iniciativa empresarial en el que los beneficios igualen los costes (Oxford University, 2010). Las empresas suelen tardar unos años en llegar al umbral de rentabilidad. Durante este período, es necesario contar con apoyo adicional para permitir que la empresa crezca hasta un estado de sostenibilidad.

Negocio: Al igual que una compañía o sociedad, los negocios se fundan para vender productos o servicios a un mercado concreto o unos compradores específicos, que se identifican como clientes y consumidores. Puede ser informal y pertenecer a una sola persona, o puede formalizarse registrando la empresa, lo que normalmente significa que hay varios propietarios y que interactúa con diversas instituciones que supervisan sus operaciones.

Estrategia de desarrollo empresarial: Con miras a mejorar la capacidad de las personas pobres para participar en los mercados, Oxfam adopta una estrategia de desarrollo empresarial que pretende reforzar la viabilidad empresarial de las empresas de las personas pobres. Esto conlleva percibir a los grupos de agricultores y agricultoras y productores y productoras como empresas a pequeña escala y trabajar con ellos para garantizar que dispongan de la capacidad de producción, comercialización, financiera, y organizativa suficiente para dirigir empresas prósperas y obtener beneficios decentes por los productos que cultivan o elaboran.

Modelos de negocio: Un “modelo de negocio” describe cómo se organiza una empresa individual, así como sus relaciones para generar y atraer valor. Explica cómo se agrupan los componentes esenciales de la producción, la comercialización y los costes e ingresos a fin de ofrecer una propuesta de valor en el mercado que diferencie a la empresa de la competencia. El concepto del modelo de negocio está vinculado a la estrategia empresarial (el proceso de diseño del modelo de negocio) y las operaciones comerciales (la aplicación del modelo de negocio de una empresa en los sistemas y estructuras organizativos).

Plan de negocios: Un documento o conjunto de documentos que declaran los diversos objetivos de una empresa para el futuro cercano, y que detalla cómo, cuándo y con qué recursos se conseguirán. Los planes empresariales suelen modificarse continuamente para hacer constar los últimos progresos, y con el fin de incluir las previsiones más precisas del rendimiento futuro. Un plan empresarial es una herramienta para que las empresas comuniquen sus objetivos de manera interna, así como una hoja de ruta para conseguirlos. Para el público externo, suele utilizarse para conseguir apoyo, financiero o de otra índole.

Estrategia de cambio: Una definición clara de cómo se producirá el cambio en un contexto específico; que debería incluir lo que va a cambiar, quién participará en el cambio y los procesos que se van a poner en marcha para materializar dicho cambio. Algunos cambios tendrán lugar rápidamente, otros necesitarán más tiempo, incluso años; por lo tanto una estrategia de cambio debería considerar estas diferencias entre los cambios previstos. La sostenibilidad de los cambios conseguidos también debería abordarse dentro de la estrategia de cambio.

Punto de entrada (para el mercado): La posición en un sistema de mercado donde una empresa o persona espera empezar a ofrecer productos o servicios. Los mejores puntos de entrada son aquellos que ofrecen un alto potencial de crecimiento y obstáculos limitados para minimizar la inversión antes de llegar al punto de equilibrio.

Punto de entrada (para WEL): Proyecto o cambio principal que el programa WEL empezará a promover en una comunidad en particular. Un punto de este tipo se realiza con una intervención en el mercado o el establecimiento de una empresa nueva o la mejora de una empresa existente. Otro punto consistiría en solucionar otras cuestiones más apremiantes en la comunidad, tales como el acceso al agua o la prevención de la violencia. Una buena comprensión de la situación general de las mujeres y los hombres de la comunidad debería ayudar a identificar el punto de entrada.

Estudio de factibilidad: Una evaluación de una propuesta de idea empresarial con el fin de determinar su viabilidad técnica y financiera. Incluye una evaluación de los posibles efectos en la sociedad, la economía y el medio ambiente.

Estrategia financiera: Un plan detallado que describa las actividades que hay que realizar con el fin de cumplir los compromisos financieros de la empresa (por ejemplo, los pagos) que tiene en cuenta los apuntes de efectivo procedentes de las ventas y los servicios financieros o préstamos, durante un período específico. El objetivo principal de una estrategia financiera es prevenir que la empresa quiebre mientras aún pueda seguir intentando conseguir sus objetivos operativos, económicos y sociales.

Igualdad de género: Es la situación en que las mujeres y los hombres disfrutan del mismo estatus y tienen condiciones, responsabilidades y oportunidades igualitarias para materializar su potencial y ejercer sus derechos humanos, independientemente de su sexo (Fries et al., 2010). Esto significa, por ejemplo, que los hombres y las mujeres deberían cobrar el mismo salario por el mismo trabajo.

Empresa individual: La empresa individual ha sido el punto central de numerosas iniciativas de reducción de la pobreza. El desarrollo de la empresa cuenta con un amplio apoyo, en especial para las pequeñas y medianas empresas (PYME), que pueden incluir empresas cooperativas formadas por pequeños productores y productoras. Este apoyo incluye:

- Apoyo financiero, en forma de microfinanciación; financiación en caso de “ausencia de nivel intermedio”, que compensaría el vacío entre la microfinanciación y la financiación comercial; capital paciente/largo plazo, o capital de riesgo
- Asistencia técnica, por ejemplo tutorías o redes de profesionales homólogos, etc., y
- Desarrollo de la capacidad, por ejemplo en los conocimientos financieros y contabilidad.

Los emprendedores/as sociales, que usan modelos de negocio lucrativos, sostenibles y adaptables a fin de crear valor económico y social, atraen capital de las fundaciones e inversores socialmente responsables. Ha surgido una gran variedad de “empresas integradoras”, que suelen ser grandes empresas que tienen la intención de atender o proporcionar trabajo a las personas que viven en la pobreza. Invertir en emprendedores/as sociales y empresas integradoras se conoce a veces como “inversión de impacto”, que significa invertir para obtener rentabilidad financiera así como beneficios sociales y/o ambientales.

Entorno del mercado: Las condiciones formales e informales que determinan los resultados de una cadena de mercado específica. Identifica el nivel de poder que cada actor del mercado puede detentar, y puede promover o prevenir la inclusión de actores nuevos o su salida.

Oportunidad de mercado: Una necesidad, demanda o deseo que se ha identificado recientemente y que una empresa puede explotar ya que los competidores no lo están cubriendo (WebFinance, Inc., 2013a). Esto ofrece una ocasión para generar riqueza para la empresa que pretenda responder a la necesidad identificada.

Análisis del sector de mercado: Este análisis pretende identificar las posibles actividades económicas sostenibles de la zona o grupo seleccionado. Examina si los cultivos o las empresas nuevos o existentes tienen un futuro viable y si invertir en ellos dará lugar a unos medios de vida mejores. Generalmente se analiza un rango de mercados diversos en unos sectores específicos a fin de seleccionar uno o más productos básicos en torno a los cuales se centrará la intervención. Las mujeres y los hombres suelen tener distintos niveles de compromiso en los sectores o mercados de productos específicos.

Servicios de mercado: Son los servicios a los que los productores y otros actores de la cadena de valor necesitan acceder para desarrollar su actividad. Incluyen los servicios de producción, financiación, transporte y desarrollo empresarial entre otros. El sector público o privado puede proporcionar los servicios de mercado.

Estructura del mercado: Las características interrelacionadas de un mercado, tales como el número y la fortaleza relativa de los compradores y los vendedores, y el grado de colusión entre ellos, el nivel y las formas de competencia, el grado de diferenciación del producto, y la facilidad para entrar y salir del mercado. Existen cuatro tipos básicos de estructura de mercado: 1) competencia perfecta: muchos

compradores y vendedores, ninguno de ellos puede influir en los precios; 2) oligopolio: varios vendedores grandes que tienen algo de control sobre los precios; 3) monopolio: vendedor único con un poder considerable sobre la oferta y los precios, y 4) monopsonio: comprador único con un poder considerable sobre la demanda y los precios (WebFinance, Inc., 2013b).

Sistemas de mercado: Un conjunto compuesto por la cadena, el entorno y los servicios de mercado con actores interconectados que interactúan para satisfacer las necesidades de un grupo específico identificado como consumidores.

Mercado que funciona para las mujeres: Un mercado que ofrece las condiciones para que las mujeres desarrollen sus capacidades comerciales y administrativas a fin de que puedan generar ingresos y desempeñar una función económica con un riesgo mínimo.

Asociación: Un tipo de organización en la que dos o más partes acuerdan aunar esfuerzos con un fin organizativo específico, en la que los riesgos y los beneficios se comparten y acuerdan. Puede formalizarse con un acuerdo de asociación o puede tener menos medidas formales, en cuyo caso las partes acuerdan trabajar juntas aunque siguen siendo organizaciones independientes o individuales.

Inversión precomercial: Donación o transferencia de activos por anticipado para a) permitir que los nuevos actores del mercado o empresas (que pueden carecer de activos, competencias o conocimientos) accedan a un mercado, o b) garantizar que la infraestructura necesaria del sistema de mercado (ej. servicios de transporte o disposición del mercado rural) esté operativa, a fin de permitir a los actores del mercado o empresas iniciar un nuevo modelo de negocio o cadena de valor dentro del sistema de mercado.

Sector privado: La parte de la economía nacional que no se encuentra bajo el control directo del Gobierno (Oxford University, 2010). Incluye los hogares y las empresas.

Sector público: La parte de la economía nacional que se encuentra bajo el control directo del Gobierno (Oxford University, 2010). Incluye las instituciones gubernamentales y también puede incluir empresas estatales.

Mapa de las partes interesadas: Una representación visual de la posición relativa de un conjunto de actores en relación con una cuestión específica. Puede incluir las relaciones, la influencia, los recursos o cualquier otra variable pertinente para el análisis. Es esencial para definir una estrategia empresarial en la que se identifican las posibles oportunidades o amenazas respecto de los individuos o las organizaciones ajenas a la empresa.

Redes de apoyo: Una estructura diseñada para proteger a sus miembros en los momentos de necesidad, que también podría promover la provisión de bienes, servicios y conocimientos para aquellos que lo necesiten. Puede estar compuesta de individuos u organizaciones.

Cadena de valor: Hace referencia al abanico completo de actividades necesarias para desarrollar un producto (o servicio) desde la concepción, pasando por las diferentes etapas de producción, hasta la entrega a los consumidores finales y la eliminación tras su uso. Oxfam aplica su extensa comprensión de las cadenas de valor, y analiza la compleja variedad de actividades que ponen en práctica todos los actores (productores primarios, elaboradores de alimentos, comerciantes, proveedores de servicios, etc.) con el fin de introducir una materia prima en la venta al por mayor del producto final. La cadena de valor “general” comienza con el sistema de producción de las materias primas y continúa con una serie de vínculos con otras empresas dedicadas al comercio, el montaje, la elaboración y otras actividades (Sahan et al., 2011).

Debido al reparto del trabajo entre los hombres y mujeres y las relaciones de poder entre ellos, las mujeres y los hombres pueden concentrarse en cadenas de valor diferentes, estar representados de manera desigual o tener diversas posiciones a lo largo de la cadena de valor (Oxfam, 2009).

Análisis de la cadena de valor: El análisis de la cadena de valor es el proceso de comprensión de la relación entre los distintos actores de la cadena de valor y el “valor añadido” que se genera en cada etapa. Para Oxfam, el objetivo principal de este análisis consiste en comprender cómo puede funcionar mejor la cadena de valor para las personas pobres. En parte porque ocupan posiciones diferentes, los hombres y las mujeres pueden no obtener el mismo “valor” por sus actividades a lo largo de la cadena. El trabajo de las mujeres puede estar oculto, o en ocasiones, no remunerarse.

Mercado viable: El mercado, sector o producto más práctico en el que empezar un negocio nuevo.

REFERENCIAS

- Fries, R., Ennarson, J. y Chambers, T. (2010). *Cultivando Cambios: un marco conceptual para la justicia de género en programas de medios de vida basados en mercados* Oxfam Gran Bretaña LAC
- Instituto de Estudios sobre Desarrollo (IDS) (2013) "Getting Unpaid Care onto Development Agendas" In Focus Policy Briefing [En línea], Número 31, Reino Unido. Disponible en inglés en <http://www.ids.ac.uk/files/dmfile/IFPB31.pdf> (consultado el 13 de enero de 2014).
- Kabeer, N. (2002). *Resources, Agency, Achievements: Reflections on the Measurement of Women's Empowerment* [En línea] Development and Change. Wiley Online Library. Disponible en inglés en <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1467-7660.00125/pdf> (consultado el 30 de diciembre de 2013).
- Moser, C. (1989). *Gender Planning in the Third World: Meeting Practical and Strategic Gender Needs*. *World Development*, Vol. 17, n°. 11, pag. 1799-1825.
- Sen, A. (1993). *Capability and Well-Being*. In: Nussbaum, M. y Sen, A.K. (1993) *The Quality of Life*. Oxford. Oxford University Press.
- Instituto de Desarrollo de Ultramar (ODI) (2009). *Documento de trabajo 308: Understanding and Operationalising Empowerment*. Redactado por Cecilia Luttrell y Sitna Quiroz, con Claire Scrutton y Kate Bird. Disponible en <http://www.odi.org.uk/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/publications-opinion-files/5500.pdf> (consultado el 13 de enero de 2014).
- Oxfam (2009) *Quick Guide to Power Analysis* [En línea]. Disponible en http://www.powercube.net/wp-content/uploads/2009/11/quick_guide_to_power_analysis_external_final.pdf (Consultado el 01 de noviembre de 2013)
- Oxfam (2011). *Linking Gendered Household Analysis and Market Analysis* [en línea]. Disponible en <http://growsellthrive.org/forum/topics/linking-gendered-household> (consultado el 30 de marzo de 2013).
- Oxfam (2012) "Erradiquemos la violencia contra las mujeres: una guía para el personal de Oxfam", pág. 6 Disponible en <http://www.oxfam.org/sites/www.oxfam.org/files/ending-violence-against-women-oxfam-guide-nov2012.pdf> (consultado el 13 de enero de 2014).
- Oxfam (2013a), *Acción Colectiva de las mujeres: Liberar el potencial de los mercados agrícolas* [en línea]. Un informe de la investigación de Oxfam Internacional, págg. 12. Disponible en <http://policy-practice.oxfam.org.uk/publications/womens-collective-action-unlocking-the-potential-of-agricultural-markets-276159> (consultado el 13 de enero de 2014).
- Oxfam (2013b) *Rapid Care Analysis- Oxfam's Practical tools for local development*, Oxford. <http://www.slideshare.net/Oxfamgb/rapid-care-analysis-initial-findings-oxfam> (consultado el 13 de enero de 2014).
- Oxfam (2014) *Women's Economic Leadership in GEM*. Disponible en <http://growsellthrive.org/our-work/wel> (consultado el 13 de enero de 2014).
- Oxford University (2010). *New Oxford American Dictionary*, Oxford University Press, Inc., 3ª edición.
- Sahan, E. y Fischer-Mackey, J. (2011) *Empoderar a las personas pobres a través de los mercados - Perspectivas del Programa sobre el uso de los mercados para empoderar a las mujeres y los hombres que viven en la pobreza*. Oxfam. Disponible en <http://policy-practice.oxfam.org.uk/publications/making-markets-empower-the-poor-programme-perspectives-on-using-markets-to-empo-188950> (consultado el 13 de enero de 2014).
- Documento no publicado: *El glosario se elabora como parte del acuerdo entre OGB/PWEL y la visita de intercambio ASU*. - 2004.
- WebFinance, Inc. (2010a) "What is market opportunity? definition and meaning" BusinessDictionary.com [En línea], 15 de agosto de 2013. Disponible en <http://www.businessdictionary.com/definition/market-opportunity.html> (consultado 15 de agosto de 2013).
- WebFinance, Inc. (2010b) "What is market opportunity? definition and meaning" BusinessDictionary.com [En línea], 15 de agosto de 2013. Disponible en <http://www.businessdictionary.com/definition/market-structure.html> (Consultado el 15 de agosto de 2013)
- Banco Mundial (2012). *On Norms and Agency* [En línea] Washington DC. Disponible en <http://siteresources.worldbank.org/EXTSOCIALDEVELOPMENT/Resources/244362-1164107274725/On-Norms-Agency-Book.pdf> (consultado el 13 de enero de 2014).



Liderazgo Económico de las Mujeres en América Latina y el Caribe Libro 1: Una guía de los conceptos claves
© Oxfam GB Octubre 2014

Publicado por Oxfam GB para Oxfam Internacional con el ISBN 978-1-78077-705-4 en octubre 2014.
Co-publicado con Value for Women Ltd

Esta publicación cuenta con copyright, pero el texto puede ser utilizado libremente para la incidencia política, campañas, educación e investigación, siempre que la fuente sea citada. El titular del copyright requiere que todo uso sea comunicado con objeto de evaluar su impacto. Para copiar texto en otras circunstancias, o para su uso en otras publicaciones, o en traducciones o adaptaciones, debe solicitarse permiso y podría ser cobrada una cuota. E-mail: policyandpractice@oxfam.org.uk

La información contenida en esta publicación es correcta en el momento de su impresión.
Oxfam GB, Oxfam House, John Smith Drive, Cowley, Oxford, OX4 2JY, Reino Unido.

Esta guía fue escrita por Rebecca Fries. Oxfam agradece la colaboración de Mara Bolis, Tim Chambers, Fabian Llinares, Celeste Molina, Aivelu Ramisetty, Rita Soares Pinto, Norman Sarria, Ines Smyth, y Thomas Tichar que proporcionaron apoyo, comentarios y aportes críticos.

Esta guía está destinada en gran parte a partir de *Cultivando el cambio: un marco conceptual para la justicia de género en los programas de medios de vida basados en el mercado* de Oxfam GB (Fries et al, 2010.) que se desarrolló para apoyar el personal de Oxfam en América Latina y el Caribe en la entrega de programas de medios de vida basados en mercados con un enfoque en la justicia de género, y más tarde utilizados en la entrega de programas de Liderazgo Económico de las Mujeres.

Esta es la primera de las tres guías en la serie de *Liderazgo Económico de las Mujeres en América Latina y del Caribe*. También está disponible en Inglés con el ISBN 978-1-78077-704-7.

Oxfam publica documentos de políticas de programa y de aprendizaje para estimular el debate sobre las cuestiones de desarrollo y de políticas humanitarias y para mejorar la planificación y ejecución de los programas. Para más información sobre las cuestiones planteadas en este documento, por favor envíe un correo electrónico policyandpractice@oxfam.org.uk

OXFAM

Oxfam es una confederación internacional de 17 organizaciones que trabajan en red en más de 90 países, como parte de un movimiento global para el cambio, para construir un futuro libre de la de la injusticia y de la pobreza.

Oxfam América (www.oxfamamerica.org)

Oxfam Australia (www.oxfam.org.au)

Oxfam Bélgica (www.oxfamsol.be)

Oxfam Canadá (www.oxfam.ca)

Oxfam Francia (www.oxfamfrance.org)

Oxfam Alemania (www.oxfam.de)

Oxfam GB (www.oxfam.org.uk)

Oxfam Hong Kong (www.oxfam.org.hk)

Oxfam India (www.oxfamindia.org)

Oxfam Intermón (España) (www.oxfamintermon.org)

Oxfam Irlanda (www.oxfamireland.org)

Oxfam Italia (www.oxfamitalia.org)

Oxfam Japón (www.oxfam.jp)

Oxfam México (www.oxfammexico.org)

Oxfam Nueva Zelanda (www.oxfam.org.nz)

Oxfam Novib (www.oxfamnovib.nl)

Oxfam Quebec (www.oxfam.qc.ca)

Por favor escriba a cualquiera de las agencias para más información o visite www.oxfam.org

Value for Women Ltd

Value for Women es una empresa social que busca a generar un cambio social transformador y el aumento de la participación activa de las mujeres en el desarrollo de las empresas al asociarse con otros para apoyar a las mujeres empresarias a través del coaching, desarrollo de capacidades y el construcción de liderazgo. Para más información visita su sitio web www.v4w.org

Liderazgo Económico de las Mujeres en América Latina y el Caribe

Esta serie de tres guías se ha preparado para apoyar el desarrollo y la entrega de un programa centrado en el desarrollo de Liderazgo Económico de las Mujeres en América Latina y el Caribe. Se basa en el trabajo realizado por Oxfam GB para apoyar a su personal en América Latina y el Caribe en la entrega de programas de medios de vida basados en mercados con un enfoque en la justicia de género. La presente serie de guías se ha desarrollado con Value for Women Ltd.

Libro 1: Guía de los conceptos clave

Libro 2: Guía para la implementación

Libro 3: Prevención de la violencia contra las mujeres en el contexto de los programas

Este es el Libro 1 de la serie.

Esta guía está diseñada para proporcionar definiciones conceptuales básicas que apoyen y acompañen a la serie. Proporciona definiciones simples para ayudar en la comprensión de los complejos problemas, conceptos y soluciones, que son esenciales para la metodología de WEL. Se limita a algunas definiciones clave, y no pretende ser exhaustivo. Proporciona un entendimiento renovado o reforzado de las definiciones básicas de justicia de género y construye una base teórica para el desarrollo de nuevas estrategias para facilitar los cambios en las relaciones de género y poder.