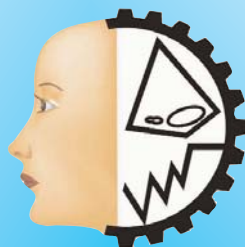


CONGRESO PERMANENTE DE MUJERES EMPRESARIAS DE NICARAGUA

“Porque Podemos y Creemos en Nosotras”

“LA AGENDA ECONÓMICA DE LAS MUJERES EMPRESARIAS” (A G E M E)



2008

INDICE

	Presentación -----	1
1	Introducción contextual -----	1
2	La Estratificación de las MIPYMES -----	4
3	Las Tres Dimensiones en la Posición del Congreso Frente al Universo de Mujeres Empresarias -----	5
4	LA AGEME y Otros Instrumentos de Política -----	6
5	Nuestros Ejes Estratégicos -----	7
6	Asociación de Empresas y desarrollo de las MIPYME -----	9
7	El Financiamiento y su Acceso -----	11
8	Los Servicios No Financieros y la Tecnología -----	12
9	La Tecnología de la Información y Comunicación (TIC) -----	14
10	El Entorno de Negocios: Retos para la incidencia de la Organización -----	16

Presentación

El único Movimiento Gremial Empresarial de Género del país, denominado Congreso Permanente de Mujeres Empresarias de Nicaragua (CPMEN), nació a finales del año 2000 y se constituyó legalmente en febrero del 2001 con el objetivo de: *“promover actividades tendientes a visibilizar el aporte de las mujeres empresarias a la economía”*.

Administrativamente la organización está conformada por un Nivel Central, la Sede Nacional, que es la unidad administrativa nacional y que cumple funciones de coordinación y los Capítulos (15 en la actualidad), que son las representaciones territoriales. Estos últimos gozan de autonomía de gestión, sin embargo, la representación legal es nacional y única.

El Congreso de Empresarias ha realizado con extraordinario éxito tres Congresos Nacionales, en abril del 2001, noviembre del 2004 y septiembre 2006, respectivamente. Así como, Encuentros Locales a lo largo y ancho de todo el País. A lo largo de estos ocho años el Congreso de Empresarias es una organización reconocida nacional e internacionalmente, la cual ha sido invitada a participar activamente en los más diversos foros, talleres, congresos, conferencias y seminarios, relativos a: Mujer, Economía y MIPYME, de la región y del país.

El Congreso de Empresarias participa en calidad de Miembro Pleno con voz y voto en diversas instancias, tales como: el Consejo Nacional de Planificación Económica y Social, el Consejo Consultivo del Instituto Nicaragüense de la Mujer, en diferentes Mesas de Coordinación Público-Privada y de la Sociedad Civil: la Agenda Económica de las Mujeres, el Consejo Nicaragüense de la Micro Pequeña y Mediana Empresa, la Cámara

Centroamericana y del Caribe de la MIPYME, el Comité Consultivo del SICA Capítulo de Nicaragua, entre otras.

La organización ha suscrito Convenios de Colaboración con instancias gubernamentales que atienden las MIPYME, así como con diferentes organismos que han capacitado a nuestras asociadas en el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación, así como otros temas relevantes.

La Organización ha participado en diferentes foros empresariales desarrollados en los distintos países del istmo centroamericano, algunos de estos orientados a la visibilización del quehacer de las empresarias en las economías de la región.

Introducción contextual

El Congreso Permanente de Mujeres Empresarias de Nicaragua, en su calidad de Movimiento Nacional Gremial Empresarial único de Género en la nación, destaca la importancia de las mujeres en el ámbito de las MIPYME, partiendo del establecimiento de algunas cifras indicativas del ser y el quehacer de las mujeres en general en nuestro país y de las mujeres empresarias dueñas de MIPYME en particular.

Entre 1988 y 1998 en Nicaragua se implementaron varios programas de ajuste económico, los que fueron acompañados de procesos de reestructuración y reducción del Estado, lo que ocasionó que muchísimas personas sobre todo mujeres fueran lanzadas a la desocupación. Sin muchas alternativas, en una economía propia de un pequeño país subdesarrollado, muchas mujeres comenzaron a montar negocios a fin de garantizar su subsistencia y la de su familia. De esta forma surgieron miles de micro negocios.

Los propietarios y las propietarias de estos negocios no contaban con la experiencia o los conocimientos necesarios para crear, administrar y desarrollar un negocio, de ahí que la inmensa mayoría fracasó rápidamente.

Las MIPE (Micro y Pequeñas Empresas) constituyen la mayoría de las empresas en nuestro país.

Las empresas de mediano y gran tamaño son escasas, están en manos de los hombres y en su mayoría son de capital extranjero.

Para darles una idea de importancia económica de las mujeres, de acuerdo al Censo del 2005, las mujeres somos el 51% de la población de nuestro país. De estas, el 73% tenemos 10 y más años, por lo que nos encontramos en edad activa, según nuestros parámetros.

De acuerdo a la clasificación por actividad económica de la población nosotras constituimos el 30% de la población económicamente activa y el 67% de la inactiva, en su mayoría clasificada como "amas de casa", porque su actividad económica no está orientada al mercado.

Sin embargo, esta clasificación no incorpora las actividades económicas que desarrollan las mujeres como parte de la extensión de sus labores domésticas. Entre las cuales encontramos, en el campo, el cuidado de los animales, la producción para la venta de alimentos y en la ciudad la actividad en las ramas textil vestuario y gastronomía entre otras. Es decir, la mayor parte de las actividades llamadas micro-empresariales (lo que se mide es el tamaño de la empresa no el de la empresaria) éstas, no son recogidas por las estadísticas.

Sea cual sea la forma de clasificarnos, no cabe duda alguna que las mujeres

emprendedoras somos una fuerza económica real que tiene que ser tomada en cuenta en el diseño de cualquier política o programa orientado a las MIPYME.

La explotación adecuada del talento de las mujeres pasa por la educación. Según el censo del 2005, la proporción de mujeres analfabetas es similar a la de los hombres, sin embargo el porcentaje de mujeres con niveles de técnico medio y superior es mucho mayor que el de hombres y los rendimientos escolares y universitarios de las mujeres son en general superiores.

Sin embargo el talento y la educación por si solas no son suficientes para montar una empresa, se requiere además de acceso a servicios financieros y servicios no financieros de desarrollo empresarial (lo que conocemos como 'asistencia técnica'), que en el caso particular de las mujeres, presentan limitaciones que muchas veces se originan en las desigualdades de género, como veremos a continuación.

Los servicios y el comercio minorista son los principales generadores de empleo para las mujeres, alcanza un porcentaje del 79% de las mujeres ocupadas, en tanto que sólo cerca de un décimo se ubica en la agricultura y cerca de otro décimo en la industria. En cuanto a otras ocupaciones, las mujeres tienden a predominar en aquellos empleos que requieren una clasificación intermedia (oficinistas, técnicas, paramédicas y magisterio entre otras).

Las mujeres empresarias continúan tropezando con barreras que se oponen a su potenciación económica y a sus actividades empresariales. Entre esos obstáculos se incluyen la discriminación de la mujer en la capacitación, la contratación, el acceso al crédito y el derecho a

la propiedad, y las mayores responsabilidades domésticas.

Con frecuencia las micro empresas propiedad de mujeres son consideradas como de baja productividad y capitalización. Se considera que el valor agregado de las empresas de mujeres es muy bajo y son de alto riesgo financiero. Estas consideraciones que aún predominan fuertemente conducen a una mayor desigualdad en el acceso a los beneficios por parte de las mujeres de la micro y pequeña empresa.

Las mujeres empresarias, también traen al mercado global una amplia y variada experiencia personal-social. Cuando una mujer inicia su propia empresa, desde su propio punto de vista no está creando una entidad económica separada de su contexto familiar y social, porque a pesar de estar integrándose a un nuevo sistema global de relaciones de negocios, trae consigo el valor de la intuición, de la responsabilidad social, la sensibilidad y los valores simultáneamente.

Los planteamientos que se hacen en esta Agenda corresponden a los expresados en los tres Congresos Nacionales y las decenas de Encuentros Locales que el Congreso de Empresarias, ha efectuado entre el año 2001 y el 2007 donde han participado miles de mujeres de todos los rincones de nuestra patria y han brindado sus formidables aportes para entender con más claridad quiénes somos, dónde estamos y qué hacemos las mujeres dueñas de negocios en el país y cuál es nuestro rol y verdadera importancia en la economía. Nuestros aportes son evidentes, no obstante aún se carece de las suficientes investigaciones y estadísticas con enfoque de género, por ello desde el Congreso de Empresarias estamos gestionando la creación de una Unidad de Género y de una Unidad Técnica, que nos

posibiliten hacer investigaciones, consultas, estudios que permitan ir afinando las cifras, haciéndolas hablar y sacar información que nos coloque en posición de mayor ventaja al incorporarnos en los espacios de toma de decisiones, dando nuestros aportes, ampliar y profundizar nuestra participación en la elaboración y consulta de todas las leyes que tengan que ver con el buen desarrollo de las actividades económicas, a fin de resultar beneficiadas por las mismas.

Sin embargo, existe abundante y fidedigna información que nos permite hablar con propiedad y señalar algunas temáticas que son objeto de nuestro interés y que nos limitan para continuar exitosamente las actividades empresariales que con gran valentía hemos emprendido miles de mujeres de nuestra Nación.

Además de las consideraciones anteriores, la Agenda que presentamos a continuación parte de tres premisas básicas: 1) el reconocimiento de la diversidad estructural entre las empresas que conforman en universo que conocemos como las MIPYME, 2) el posicionamiento de nuestro Congreso en relación a este universo y la 3) la existencia en nuestro país de una Agenda pública en relación a las MIPYME, la cual se encuentra también en proceso de desarrollo.

Obviamente, la Agenda en mención reconoce también la diversidad estructural de las MIPYME, por lo que se trata de temas fuertemente interrelacionados. A la vez, en nuestro Congreso concurren una parte de las MIPYME gerenciadas por mujeres, necesariamente no exhaustiva, pero, como lo veremos, nuestra Agenda tiene una dimensión 'hacia adentro', para nuestras afiliadas, y otra de carácter más universal, que aspira a beneficiar a todas las mujeres empresarias, y

más aún, a todas las MIPYME, por lo cual también hace parte y contribuye al desarrollo de la Agenda Nacional de las mismas.

El Congreso de Empresarias ha sido consultado para dar sus aportes en torno a diversas leyes de la Agenda Complementaria del CAFTA, entre ellas, la Ley de Promoción de Competencia y la Ley de Promoción de la MIPYME, aprobada a principios de año, entre otras.

La Estratificación de las MIPYME

En el universo tan variable de las MIPYME, todos y todas están de acuerdo en qué es necesario reconocer diferencias, y establecer categorías, tanto para las agendas económicas como para las acciones gremiales y para las políticas públicas.

Partiremos de las categorías reconocidas por el PROMIPYME (Programa gubernamental de fomento, ampliamente discutido con las representaciones gremiales) en 2006:

Las micro empresas en la informalidad (autoempleo), las cuales constituyen, según el documento público y el consenso generalizado, la “gran mayoría de las empresas en el país”.

Las MYPE formalizadas y PYME con bajo nivel de competitividad, que son la gran mayoría de las que no están incluidas en la categoría anterior.

Las PYME competitivas en el mercado local o con potencial exportador: Son empresas de mayor capitalización que operan en mercados de competencia local pero que con el apoyo adecuado pueden convertirse en exportadoras.

Las PYME exportadoras: La minoría reducida de las empresas que ya tienen vínculos comerciales establecidos con el exterior.

En esta visión ampliamente difundida, la estratificación se presenta entonces como un continuo¹, dentro del cual las acciones públicas de fomento, el apoyo gremial y el esfuerzo privado tiene como resultado natural un escalamiento progresivo, tendiendo a la concentración de las unidades empresariales y a las economías de escala.

Así por ejemplo, en el PROMIPYME (2006) se planteaba para las **micro empresas en la informalidad (autoempleo)** que “la competitividad se orientará a la estabilización de la actividad empresarial, promoviendo su formalización y mejora del ambiente de trabajo y la búsqueda de economías de escala. Se busca que algunas se organicen y adquieran el nivel de pequeñas empresas con bajo nivel de competitividad”.

En este universo de las llamadas ‘microempresas’ consideramos necesario separar la **actividad de sobre vivencia** mediante la iniciativa individual o familiar, y la **organización para la realización de una actividad** fabricadora o de venta de un servicio, la cual entra en la categoría de iniciativa empresarial.

En el caso de las primeras, son personas que emprenden una actividad para sobrevivir, pero no son empresas. Para ellas, el desarrollo implica su desaparición como tales, para integrar una empresa (generalmente entre varias) o para integrarse a una empresa existente (como asalariadas) y no un simple cambio de escala.

Luego, para las **MYPE formalizadas o PYME con bajo nivel de competitividad**, se planteaba orientar el apoyo a “la promoción de

1 Cabe notar que la escala en mención se identifica normalmente con el número de trabajadores, pero en realidad se refiere al volumen de negocio.

servicios para mejorar su asociatividad” y para las **PYME competitivas en el mercado local y las PYME exportadoras o con potencial exportador**, se establecía que “la asistencia directa puede estar enfocada a la propiedad intelectual, normas técnicas, acceso a tecnología y en relación a los servicios financieros, el acceso a créditos a largo plazo para inversiones en el área de innovación tecnológica”.

En otras palabras, su desarrollo implica su crecimiento y asociación (cambio de escala en el volumen de negocio, el cual puede implicar o no cambios en el tamaño físico de la empresa, dependiendo de las economías de escala propias de cada rama de actividad y de múltiples factores del entorno), lo cual es una noción a la cual suscribimos.

Además de lo anterior, pero bien evidentemente de una manera que ‘cruza’ el planteamiento de la estratificación, consideramos necesario diferenciar el sector según las ramas de la economía.

Se destacan en especial ‘**el procesamiento de alimentos**’, y ‘**la prestación de servicios turísticos**’ como ramas potencialmente estrellas por una parte y, por otro, las ramas tradicionales **de madera- mueble, cuero-calzado y metalmecánica**, que requieren de mayor protección y apoyo para poder recuperarse de los grandes bandazos que ha dado la economía nacional en las últimas décadas y que los economistas llaman ‘los ajustes a las reformas estructurales’.

Las Tres Dimensiones en la Posición del Congreso Frente al Universo de Mujeres Empresarias

Partimos de la posición particular que ocupa el Congreso en relación al gremio de las mujeres empresarias, y que define su naturaleza especial como una organización particular que emana del gremio y lo representa hacia afuera, pero también cumple una función organizadora hacia adentro, puesto que el universo de mujeres empresarias de Nicaragua va adquiriendo una estructura de red gracias al dinamismo organizacional que el Congreso impulsa.

A la vez, los planteamientos del Congreso hacia la sociedad y las políticas públicas nacionales, en nombre de las mujeres empresarias agremiadas en él, alcanzarán, en la medida de su eficacia, a todas las mujeres empresarias del país y no solamente a las que se reconocen en el gremio.

La Agenda que las Mujeres Empresarias exponemos a continuación contiene por tanto tres planos superpuestos, buscando resultados distintos en cada uno de ellos pero de manera coherente con una estrategia común. Estos planos son:

> El conjunto de las mujeres empresarias, de todos los estratos, que se reconocen en el CPMEN y normalmente lo manifiestan por medio de la afiliación y la participación en los eventos del mismo, así como las que, sin ser afiliadas, se beneficiarán de sus acciones y de las políticas públicas así como de los demás elementos del ‘entorno de negocios ²’. Lo llamaremos ‘la CORPORACION’, que dará lugar al plano corporativo de la temática de nuestra Agenda.

2 Es decir la sociedad local, nacional y global, vista desde la empresa, lo que algunos llaman ‘clima’, pero está palabra evoca factores naturales sobre los cuales no tenemos control, opacando que se trata de hechos sociales sobre los cuales tenemos la capacidad de actuar colectivamente o al cabo de un aprendizaje colectivamente determinado, según nuestra posición en la sociedad.

> El CPMEN en tanto que organización de las mujeres empresarias, tiene una constitución y una dinámica organizacional propia. Es el plano de la organización en tanto que ORGANIZADORA de la corporación.

> Hacia afuera, el CPMEN es la cara y la voz de las mujeres empresarias. Es el plano de la organización como EXPRESION de la corporación.

Así por ejemplo las acciones tendiendo a la asociación de las mujeres empresarias son acciones propias de cada una de las empresas de mujeres que se asocian, o de las mujeres que se asocian para formar una empresa. Son acciones que forman 'cuerpos' particulares dentro de la corporación mayor, y como tales son partes del plano corporativo de la Agenda.

Luego existen las acciones que el Congreso llevará a cabo para fomentar y facilitar la asociación de 'sus' empresarias, que se ubican en el segundo plano mencionado antes, y finalmente las acciones que el Congreso ejercerá para incidir en qué las políticas públicas fomenten la asociatividad, que se colocan en el plano de la organización como expresión de las mujeres empresarias de nuestra Nación.

Al desarrollar posteriormente la planificación operativa que se deriva de la presente Agenda, deberemos introducir el Plano de la organización hacia si misma, es decir el funcionamiento del equipo gerencial y técnico que permite el funcionamiento del Congreso, con sus respectivas actividades y requerimientos operacionales.

LA AGEME y Otros Instrumentos de Políticas

La Agenda Económica de las Mujeres Empresarias, AGEME, interviene en un momento particular de la Agenda Nacional de la MIPYME y de las Políticas públicas en relación a ellas. Después de largos años de falta de atención adecuada³, se formuló por primera vez en 2006 un programa sectorial conocido como PROMIPYME.

A punto de ser concluido, después de largas discusiones entre los gremios y el Gobierno de turno, este fue discutido en el marco de la Comisión de Producción del CONPES, en la cual se estableció que, frente a un menú normativo máximo de 7 ítems acerca de lo que pueden contener políticas públicas de atención al sector de la MIPYME, el PROMIPYME contenía 5 puntos, (los números no reflejan ningún orden de prioridad):

- 1. Servicios de promoción de innovación y capacitación**
 - 2. Desarrollo de mercados vía articulación y manejo de información**
 - 3. Fomento de la asociatividad y articulación empresarial territorial**
 - 4. Regulaciones y desarrollo legal**
- Las modalidades de intervención del menú que no se encontraban en el PROMIPYME eran:
- 5. Acceso a servicios financieros adecuados**
 - 6. Subsidios vía materias primas e incentivos fiscales**

7. Inversión pública en bienes locales favoreciendo distritos territoriales de empresas.

En la agenda nacional del CONIMIPYME ⁴ elaborada en el 2007 y que se considera como la alternativa con mayor nivel de aceptación para modificar el PROMIPYME en el nuevo contexto nacional, se avalan varios de los planteamientos anteriores, pero se introducen dos modificaciones sustantivas:

Se introduce la política de acceso a los servicios financieros como parte de las prioridades (ítem # 5 del menú) y a cambio desaparece al menos explícitamente, la temática del **fomento de la asociatividad**.

Como lo veremos más adelante, nuestra Agenda se posiciona frente a esta visión, tomando distancia especialmente en un aspecto: la introducción infaltable del fomento de la asociatividad.

Nuestros Ejes Estratégicos

En esta sección presentamos brevemente cada uno de nuestros ejes estratégicos, mencionando los planos a los cuales remite y su correspondencia o no con la estrategia nacional presentada por el CONIMIPYME. En las secciones siguientes desarrollaremos el ANALISIS SITUACIONAL por eje y los LINEAMIENTOS PARA LA ACCION también para cada eje de la Agenda Nacional.

EJE 1. Impulsar el desarrollo de empresas asociativas integrando vertical y horizontalmente *nuestros* negocios, de acuerdo a la rama y a las características del mercado.

³ Esta inatención fue ocasionada primero por la voluntad declarada del Estado de retirarse del apoyo a la economía nacional, con excepción de los sectores con más capacidad de lobby, luego porque las primeras prioridades sectoriales de fomento puestas en marcha en los últimos años fueron hacia otros sectores y finalmente porque, al cabo de tantos años de enfrentar los efectos de las reformas estructurales, los mismos gremios de las MIPYMES estaban fragmentados y habían perdido su proyección.

⁴ Consejo Nicaragüense de la Micro, Pequeña y Mediana Empresas.

Se trata de un AUTODESARROLLO desde la perspectiva corporativa, es decir que cada uno de los grupos de mujeres empresarias que se asocien contribuirá por su esfuerzo propio y por su interés particular, al desarrollo de la asociatividad en el gremio.

En la planificación operacional se desarrollará la perspectiva del papel de la organización en este esfuerzo de asociación de las mujeres empresarias.

Consideramos que la asociación en la manera como podremos llegar a fortalecer nuestra presencia en los mercados internos y orientar nuestras exportaciones al mercado regional, de allí la gran importancia que reviste en el orden de los ejes de nuestra Agenda, AGEME, no por la importancia, pues todos son importantes, sino no fueran ejes estratégicos- sino en el orden lógico, desde el cual se podrá avanzar en los otros.

Ya hemos mencionado que este tema no se encuentra reflejado explícitamente en la agenda del CONIMIPYME. Las acciones orientadas al fortalecimiento de “LA CAPACIDAD DE LAS MIPYMES PARA INSERTARSE COMPETITIVAMENTE EN LOS MERCADOS NACIONALES E INTERNACIONALES” que es el Eje IV de esta Agenda sólo se refieren a sistemas de inteligencia de oportunidades de mercado y a otros instrumentos de gestión de mercados como las marcas corporativas gremiales y las actividades promocionales.

EJE 2. Fortalecer nuestra presencia en los mercados internos y orientar nuestras exportaciones a los mercados regionales.

Este Eje llevará a acciones en el marco de las POLITICAS PUBLICAS y por ende se ubica en el plano 'HACIA AFUERA' del Plan, es decir en las acciones de incidencia en las políticas públicas que nosotras estamos demandando. Es necesaria una acción proactiva del Estado para nuestro sector y para las MIPYME en general, no menos importante de la que los grandes grupos corporativos privados han obtenido del mismo en los últimos años, si queremos sobreponer el estado de postración de la inmensa mayoría de nuestro 'sector privado'.

En las discusiones posteriores que darán lugar a la planificación operacional del Congreso se discutirá la oportunidad de desarrollar acciones de inteligencia de mercado y acciones promocionales a semejanza de las que se proponen en las metas 12 y 13 de la Agenda nacional del CONIMIPYME, alineadas con el Eje IV de la misma: "Fortalecer la capacidad de las MIPYMES para insertarse competitivamente en los mercados nacionales e internacionales".

EJE 3. Impulsar mecanismos que faciliten el acceso al crédito de bajo costo, financiero y de transacción, a las MYPE.

Este Eje también llevará a acciones en el marco de las POLITICAS PUBLICAS y por ende se ubica en el plano 'HACIA AFUERA' de la Agenda Económica, AGEME, es decir entre las acciones de incidencia en las políticas públicas que nosotras estamos demandando.

No puede ser un eje relevante en la perspectiva interna de la organización, porque el Congreso no tiene misión de prestar servicios financieros a sus asociadas.

Coincide con el Eje I de la Agenda nacional del CONIMIPYME: "Formular estrategias para el acceso al financiamiento integral para la MIPYME".

EJE 4. Apoyar el acceso a la tecnología y el incremento de las comunicaciones que permita elevar el volumen de nuestros negocios.

Este Eje también llevará a acciones en el marco de las POLITICAS PUBLICAS y por ende se ubica en el plano 'HACIA AFUERA' del Plan, es decir entre las acciones de incidencia en las políticas públicas que nosotras estamos demandando.

También se traducirá en acción en la perspectiva organizacional interna. De hecho ya se pone en práctica, cuando la organización se ocupa del desarrollo de la conectividad entre las asociadas, mediante el fomento del acceso a las tecnologías más recientes de comunicación.

Coincide con el Eje III de la Agenda nacional del CONIMIPYME: "Crear servicios de desarrollo empresarial y promover la adopción de tecnología".

EJE 5. Incidir local, nacional e internacionalmente en el diseño y evaluación de las políticas públicas.

Este Eje también llevará a acciones en el marco de las POLITICAS PUBLICAS y por ende se ubica en el plano 'HACIA AFUERA' de la AGEME, es decir entre las acciones de incidencia en las políticas públicas que nosotras estamos demandando para la obtención de un mejor entorno de negocios.

Coincide con el Eje II de la Agenda nacional del CONIMIPYME: "Promover el clima de negocios y la competitividad de la MIPYME.

Asociación de Empresas y desarrollo de las MIPYME

La asociatividad, o asociativismo, es tanto una facultad social como un medio de sumar esfuerzos y compartir ideales, eligiendo con quienes, por qué y de qué manera, por lo que se puede definir como **una necesidad social de asociación**, basada en una afinidad selectiva.

Es en respuesta a esta necesidad social, moldeadas por las circunstancias y por las particularidades de las personas y las empresas (en general, de todas las entidades susceptibles de asociarse, pues nuestra definición va más allá de la asociatividad empresarial) que surgen las asociaciones. Para nosotras, el universo gremial del Congreso es el punto desde el cual afirmamos la necesidad de promoverla entre nosotras, a diferentes escalas, y a promover la asociación con las MIPYME en general.

Las asociaciones constituyen para nosotras la puerta de entrada a otras dimensiones del desarrollo, sobre algunas de las cuales enfocamos la presente Agenda, AGEME, como la gestión de la puesta en mercado, el acceso a financiamiento y a los servicios tecnológicos y las capacidades de comunicación.

Las asociaciones pueden en efecto darse en torno a una gama extensa de actividades. Pueden establecerse para múltiples propósitos desde el financiamiento hasta la investigación conjunta de determinado problema y, al mismo tiempo, abarcar las diferentes etapas de los procesos básicos de las empresas, a saber, diseño, manufactura, comercialización, servicio post-venta, entre otros.

Según las diferentes funciones básicas de la empresa, el desarrollo de asociaciones es fundamental para uno u otro de los campos de funciones: el financiamiento de las actividades;

el aprovisionamiento de los recursos físicos, principalmente las materias primas, y la gestión de recursos humanos.

Las Mujeres Empresarias estamos convencidas que sólo la multiplicación de asociaciones horizontales, entre nosotras, en función de la existencia de intereses y de un entorno común, y también de asociaciones verticales nos permitirá insertarnos exitosamente en el mundo globalizado actual.

Hacemos este planteamiento convencidas de la relación que existe entre los valores femeninos en la gerencia y la asociatividad.

Al ser permanentemente el puente entre la familia y la empresa, la mujer empresaria puede aplicar los valores femeninos de la convivencia familiar a la gestión de relaciones empresariales, es decir a la asociatividad. La racionalidad familiar de la empresa la inclina hacia la cooperación y no la rivalidad, hacia un énfasis en la cooperación, el mutualismo y la asistencia a lo débil.

1.- VALORES MASCULINOS

1. Fuerza física, potencia material Expansión, crecimiento y valorización exclusiva de la ganancia
2. Agresividad y competencia individual, conflicto
3. Mentalidad binaria (blanco o negro)
4. Esencia de la racionalidad analítica, cifrable y cuantificable.

2.- VALORES FEMENINOS

1. Ascendente psíquico, influencia no coercitiva
2. Prioridad en el equilibrio de una entidad social
3. Énfasis en la cooperación, el mutualismo y la asistencia a lo débil

4. Importancia de la complejidad y ambigüedad
5. Ascendente de la percepción intuitiva, espíritu de síntesis sistémica.

Por lo arriba expuesto, las mujeres dueñas de MIPYME demandamos del gobierno:

Apoyo y asistencia técnica a la organización de grupos asociativos y redes horizontales y verticales entre nuestras empresas y las MIPYME en general.

Información permanente y accesible sobre los mercados nacionales e internacionales, y especialmente sobre los Tratados de Libre Comercio (TLC) con: México, los Estados Unidos, Taiwán, el ALBA, el CARICOM, el AdA entre C.A. y la UE. etc. y sobre los Acuerdos, que en materia comercial e industrial haya tomado el Estado de Nicaragua.

Aunque valoramos positivamente la meta del desarrollo de organizaciones en todas las funciones de las empresas (no incluimos la gerencia y toma de decisiones, pues éstas son la esencia misma de la empresa, las cuales, al asociarse, conducen a la formación de empresas asociativas y no en asociaciones de empresas), consideramos que en el actual nivel del desarrollo de nuestras empresas y en el entorno de nuestra economía, es en la gestión de la comercialización que es prioritario fomentar la asociatividad corporativa entre nosotras.

Después del diseño y de la producción misma, la puesta en mercados, o 'comercialización', es la tercera gran etapa de todo proceso de producción. Hablamos de la producción para los mercados, obviamente, pues muchas de las MYPE sobre todo en el ramo de la alimentación suelen presentar un alto porcentaje de contribución al consumo familiar directo.

Dentro de esta función se encuentran actividades en las cuales la asociación debería desempeñar un papel clave, como desarrollar actividades de inteligencia de mercado (estudios y gestión de información sobre mercados) y diversas acciones de promoción y de mercadeo, en respuesta a las fuertes 'imperfecciones' de los mercados en nuestro país. (Los economistas llaman a 'imperfecciones' la situación común de los mercados nuestros, en los cuales prevalece la dominación de unas pocas empresas con capacidad de colusión en torno a sus intereses y a menudo con capacidad de lobby en torno a estos intereses).

Como la asociación se basa en afinidades y en capacidades contacto y de conexión, es preciso relacionar este planteamiento estratégico con el planteamiento que hacemos a continuación sobre la conectividad o capacidad de comunicación, que es el eje 4 de la Agenda.

Además de ello, y tomando en cuenta que las interacciones requieren también de contactos y que las afinidades de intereses pueden tener naturalmente un patrón geográfico (por ejemplo las MYPE artesanales de determinado material y estilo) es preciso agregar a la meta de fomento de la asociatividad entre nosotras un elemento de localidad o territorio. En este sentido, si bien la realidad de nuestro país es muy distante de los distritos industriales (como los del conocido modelo italiano) es oportuno hablar de asociatividad empresarial territorializada, lo que algunos llaman 'clusters geográficos'.

En este aspecto nuestro planteamiento difiere en relación a la Agenda del CONIMIPYME, en la cual el eje relacionado con la comercialización no menciona explícitamente la asociación empresarial como un medio, ni mucho menos se presenta como un eje propio, como lo hemos señalado antes.

Las metas de la agenda CONIMIPYME en el eje IV (inserción en los mercados) son:

> Meta 12. La MIPYME cuenta con un sistema amplio y efectivo de difusión de oportunidades de mercado, tanto local como de exportación. Estas son aprovechables individualmente.

> Meta 13. La MIPYME cuenta con instrumentos de gestión de mercados para apoyar la comercialización e internacionalización de sus productos. Las denominaciones de origen y marcas colectivas no significan automáticamente asociatividad para la gestión de mercados, a excepción de la existencia de reglas de uso colectivamente aceptadas.

El Financiamiento y su Acceso

Es evidente que las políticas económicas impulsadas hasta el momento por los diferentes gobiernos en Nicaragua no han promovido la actividad empresarial de las MIPYME en general y en particular las actividades económicas de las mujeres.

Las dificultades para acceder al crédito especialmente por parte de las propietarias de Micro y pequeñas empresas, MYPE, comienzan con las mismas solicitudes de crédito que no están diseñadas para mujeres sencillas sin mayor formación académica pero con grado de doctorado en la vida y en la gestión de sus negocios, por lo cual simplemente llenar los formularios es algo tedioso y difícil, ya que están diseñados para empresas medianas y grandes ya formalizadas, con registros contables al día y con suficientes garantías prendarias o hipotecarias, los escollos continúan cuando se abordan los intereses a pagar, los plazos y en algunos casos, el tráfico de influencias en ciertas entidades bancarias y financieras.

La mayoría de las mujeres empresarias dueñas de MYPE carecen de garantías prendarias o hipotecarias y en el caso de tenerlas, los bancos y las micro financieras se las subvaloran, lo que les limita los montos y el acceso al crédito y les elevan los intereses. Por otra parte, dada la política de cobro que hace recaer toda la responsabilidad del pago de los préstamos en los fiadores, la obtención de una firma solidaria se hace cada vez más difícil.

A lo anterior es necesario agregar que la influencia de factores culturales masculino-centristas en las instituciones financieras hacen que los funcionarios les nieguen crédito a las mujeres por el solo hecho de no estar acompañadas por un hombre, sea este marido, padre o hijo.

Persiste en la sociedad un enfoque machista negándonos a las mujeres nuestro derecho a ser sujeto económico, manejar dinero y manejar nuestro propio negocio. En las instituciones financieras las mujeres carecemos de credibilidad y reconocimiento a la labor empresarial que realizamos.

En general los plazos del crédito que conseguimos las mujeres son cortos, lo que nos obliga a solicitar nuevos créditos para pagar los anteriores. Esta actividad es conocida como bicicleteo. Esto conlleva a un sobre endeudamiento de nuestra parte que permite el síndrome de las "hormiga loca", sacar crédito aquí que nos posibilita pagar el de allá, "endeudándose" cada vez más y agotándonos las posibilidades reales de cumplir en tiempo y forma con los plazos, por lo cual terminamos perdiendo los pocos bienes que con tanto sacrificio hemos venido acumulando.

Las mujeres dueñas de MIPYME en el sector productivo: industrial, agroindustrial y

agropecuario, tienen mayores dificultades de acceder al crédito ya que la banca los considera sectores de alto riesgo y lento retorno, por ello el financiamiento para estos sectores se torna imprescindible, se les debe garantizar créditos accesibles. No podemos permitir más que los bancos presten para bienes suntuarios y no para actividades productivas que son las que realmente sacarán adelante a Nicaragua.

En la mayoría de los micros financieros que surgieron en los años 90, más del 90% de sus créditos están dirigidos al comercio minorista por ser de rápida rotación: un día, una semana o un mes.

Particular problemática viven las mujeres dueñas de MIPYME en la Costa Caribe, donde hay uno o dos bancos, casi ninguna financiera y carecen de capital de trabajo y capital de inversión. Sus negocios se mantienen a nivel de subsistencia.

Por lo arriba expuesto las mujeres dueñas de MIPYME demandamos **una política financiera amigable con nosotras**, incluyendo:

La aprobación de las Leyes de la Agenda Complementaria del CAFTA, entre ellas la Ley del Fondo de Garantías Recíprocas, la Ley de Fideicomiso, ambas para enfrentar la carencia de garantías prendarias e hipotecarias.

La creación del Banco de Fomento para la MIPYME urbana y rural.

Eliminar los créditos basados en la usura que afectan fundamentalmente a las mujeres dueñas de MYPE. Aplaudimos el Programa Usura Cero ya que somos las principales víctimas de los préstamos usureros en este país.

Políticas de estímulo a la creación de fondos solidarios y cooperativas de ahorro y crédito

que les permitan diferentes opciones de financiamiento a las personas dueñas de MIPYME.

Una Política Crediticia con enfoque de género, flexibilidad en los requisitos de préstamo, otorgar créditos adecuada y oportunamente y acompañados de capacitación y seguimiento que garanticen el correcto retorno.

En este aspecto nuestro planteamiento es congruente con la Agenda del CONIMIPYME, en la cual el eje I (acceso a financiamiento) está desarrollado en las tres metas siguientes:

> Meta 1. Duplicar la cobertura de servicios financieros. Mediante la promulgación de Leyes (Fideicomiso, Sociedades de Garantías Recíprocas, Garantías Mobiliarias), Otorgar y canalizar recursos al sector, Regular las de Micro finanzas.

> Meta 2. Establecer reingeniería financiera. Con nuevos servicios (descuento de facturas, Leasing, y otros), capacitar y subsidiar servicios financieros en los territorios de mayor pobreza.

> Meta 3. Fondo de capital de riesgo manejado por las agencias financieras gubernamentales.

La Agenda en mención encierra varias acciones más precisas en esta misma dirección, aunque no plantea explícitamente el tema del Banco de Fomento.

Los Servicios No Financieros y la Tecnología

Las mujeres dueñas de MIPYME reconocemos que tenemos menor acceso a la capacitación tecnológica y a la tecnología en general, nosotras adquirimos los conocimientos en la práctica, necesitamos mayor formación

académica adecuada a nuestras realidades empresariales. Hasta los anuncios publicitarios de la venta de tecnología están diseñados para los hombres, de igual manera que los productos de limpieza y demás productos del hogar son elaborados de forma tal, que pareciera que sólo nosotras las mujeres nos ocupamos de esos temas domésticos.

No obstante, las mujeres dueñas de MIPYME estamos convencidas que la innovación tecnológica se basa en la creatividad, en nuevas ideas con visión empresarial, que permitan la creación de nuevos productos y/o servicios lanzados al mercado, que posibiliten agregar valor e incrementar la productividad sin adicionar costos, logrando incrementar los ingresos.

La innovación implica crear y aplicar instrumentos novedosos, la búsqueda de nuevos nichos de mercado, estudiar y conocer la competencia, elaborar diagnósticos empresariales, realizar análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de los negocios.

Así mismo se requiere de capacitación continua, adquisición de nuevos hábitos empresariales y laborales que aumenten la eficiencia para incrementar las ganancias.

Las mujeres dueñas de MIPYME hemos identificado algunos criterios básicos para el desarrollo de nuestras empresas:

Generar sinergia y elevar la motivación en base al trabajo de equipo, apropiándose todo el personal de la visión y misión del negocio.

Calidez para mejorar la atención al cliente.

Conocer las leyes del mercado, el manejo de las finanzas y nuevas técnicas productivas.

Mercadeo actualizado basado en un sistema de información con credibilidad.

Aprender a usar la Internet y explotarla para incrementar el volumen de los negocios.

Capacitación tecnológica continua.

Creación de espacios de intercambio de conocimientos y experiencias y establecimiento de contactos de negocios.

Introducción de nueva tecnología industrial y elevar permanentemente el nivel de la mano de obra calificada.

Conocer y aplicar las prácticas de la Responsabilidad Social Empresarial, RSE, aprendiendo a ser cada día más responsables socialmente, tanto al seno de nuestras empresas, mejorando las condiciones de nuestras colaboradoras y colaboradores, como respetando el medio ambiente y optimizando el uso de los recursos, ahorrando al máximo, reciclando, siendo más eficientes.

Por ende, las mujeres dueñas de MIPYME necesitamos que el Gobierno impulse **una política de servicios para el desarrollo empresarial** ajustado a nuestras necesidades, mediante la cual:

Cree una Unidad de Desarrollo Empresarial con Enfoque de Género que estimule la consolidación de nuestros negocios y el paso de los micro negocios a pequeños de forma acelerada, para lograr éxitos económicos significativos que nos permitan un real desarrollo, brindándonos capacitación, asistencia técnica, asesoría en gestión financiera y administración de pequeños negocios y comercialización.

Impulse un efectivo proceso de reconversión tecnológica e industrial, facilitación del acceso a

máquinas con nuevas tecnologías y programas de capacitación de los recursos humanos que faciliten el aprovechamiento de los mencionados acuerdos de intercambio comercial.

En este aspecto también nuestro planteamiento en congruente con la Agenda del CONIMIPYME, en la cual el eje III (Servicios de Desarrollo Empresarial, SDE), está desarrollado en las siguientes metas:

> Meta 7. Especializar la oferta de SDE. En los aspectos técnicos productivos mediante entrenamiento, actualización y perfeccionamiento, creación de un directorio de la oferta Certificada y proveer de información sobre la demanda.

> Meta 8. Promover la oferta local de SDE. Promoviendo y subsidiando los SDE en los territorios, creando una red de oferentes y promoviendo el intercambio de información y de experiencias.

> Meta 9. Desarrollar la capacidad de los gremios para prestar servicios e integrarlos en las acciones del Estado.

> Meta 10. Promover la adopción de tecnologías y servicios tecnológicos mediante capacitación, diagnósticos tecnológicos, vinculando de la MIPYME con las Universidades, brindando asistencia técnica directa apoyando la reconversión tecnológica, capacitando a los trabajadores en ocupaciones productivas e implementando en los territorios nuevas carreras técnicas y/o cursos especializados.

> Meta 11. La MIPYME incorpora las Tecnologías de Información y Comunicaciones. Liderando el CONICYT el desarrollo tecnológico de la MIPYME, creando portales colectivos, desarrollando sistemas de información

gerencial y brindando capacitación en su uso y aprovechamiento.

La Tecnología de la Información y Comunicación (TIC)

A pesar del potencial capacitador de las TIC para mejorar las vidas de las mujeres, el informe de la OIT del 2001 sobre el Trabajo en el Mundo describe la existencia de una brecha digital dentro de los países que se corresponde en líneas generales con la división entre los dos géneros.

La brecha digital más sorprendente se refiere al uso de Internet, ya que las mujeres son una minoría en este campo tanto en los países en desarrollo como en los desarrollados. Por ejemplo, sólo el 38 por ciento de los internautas en América Latina son mujeres, el 25 por ciento en la Unión Europea, el 19 por ciento en Rusia, el 18 por ciento en Japón y el 4 por ciento en Oriente Medio.

En el informe se afirma que las diferencias educativas subyacen a la diversidad de índices de difusión de las TIC y de uso de INTERNET, lo que lleva a la consideración de “la promoción de la educación y de la alfabetización en general (y de la alfabetización informática en particular) como un enorme desafío con el que se enfrentan todos los países”.

En un reciente estudio realizado a finales del 2004 sólo el 30% de las PYME en Nicaragua cuentan con computadoras y solamente la mitad de estas (15%) cuentan con acceso a Internet. A esta situación se le añade que menos del 16% de las PYME nicaragüenses emplean computadoras para realizar funciones administrativas, siendo las actividades más importantes: llevar control de sus inventarios, el

análisis de ventas y el control de cuentas por pagar/cobrar.

Muy pocas empresas señalan emplear computadoras en el manejo de sus procesos productivos (6%). El estudio destaca que a corto plazo (2 a 3 años) siguen siendo pocas las empresas que manifiestan interés en utilizar este tipo de tecnología en sus procesos administrativos y de producción.

En cuanto al uso de la Internet por parte de las PYME nicaragüenses, cabe destacar, el 10% de estas empresas emplea esta herramienta para investigar aspectos relacionados con la competencia, las condiciones de mercado, los precios, los productos, etc. y sólo un 5% emplea esta herramienta para comunicarse con los distribuidores de sus productos o servicios.

En cuanto al uso de la Banca electrónica el 55.5% de las PYME de este país conoce la existencia de los servicios electrónicos bancarios, pero sólo el 15.2% de las empresas utilizan tal herramienta para la realización de trámites sencillos no directamente relacionados con el comercio electrónico.

Ninguna empresa usa la Internet para participar en licitaciones públicas (B2G). Cabe destacar que el B2G es muy incipiente, pocas empresas (menos del 35%) señalan conocer la existencia de instituciones públicas que ofrezcan servicios por Internet, y un número aún menor (menos del 6%) indica haber utilizado tales servicios.

A pesar del potencial capacitador de las TIC para mejorar las vidas de las mujeres, el informe de la OIT del 2001 sobre el Trabajo en el Mundo describe la existencia de una brecha digital dentro de los países que se corresponde en líneas generales con la división entre los dos géneros.

El acceso a las nuevas tecnologías indiscutiblemente está en función de la capacidad adquisitiva. Así, las mujeres, además de no participar en la creación, diseño y desarrollo de la ciencia y la lógica y no tener acceso igualitario en su utilización, se convierten sólo en meras usuarias. Las condiciones de igualdad en este aspecto están ausentes.

Hasta los anuncios publicitarios de la venta de tecnología están diseñados para los hombres, de igual manera que los productos de limpieza y demás productos del hogar son elaborados de forma tal que pareciera que sólo nosotras las mujeres nos ocupamos de esos temas en el hogar.

En los tres Congresos Nacionales y en las decenas de Encuentros Locales que hemos efectuado entre el año 2001 y el 2006 hemos reconocido que las empresas propiedad de mujeres tienen un escaso acceso a la capacitación tecnológica y a la tecnología en general.

La innovación implica crear y aplicar nuevos instrumentos, la búsqueda de nuevos nichos de mercado, estudiar y conocer la competencia, elaborar diagnósticos empresariales y planes de negocio. Así mismo se requiere de capacitación continua la adquisición de nuevos hábitos empresariales y laborales que aumenten la eficiencia para incrementar las ganancias.

El uso de las TIC debe ser integrada en nuestras estrategias empresariales para participar y competir mejor en el mercado, aumentando nuestro potencial de negocios, la productividad y competitividad, incidiendo en el desarrollo económico del país.

El mayor obstáculo para potenciar los posibles impactos positivos de las nuevas tecnologías es

la falta de información sobre como éstas y en especial la informática pueden ayudar a nuestras empresas. En este sentido es necesario reducir la brecha digital de las mujeres, mejorando su acceso a las TIC.

Por lo anterior, las mujeres dueñas de MIPYME necesitamos del Gobierno **una política de reconversión tecnológica** que priorice las empresas propiedad de mujeres, y facilite el acceso a información a éstas sobre el aprovechamiento de las TIC y la tecnología en general y desarrolle programas de capacitación dirigido a las empresarias, que permita el óptimo aprovechamiento de los recursos tecnológicos disponibles.

Esta política deberá tener como indicador de resultados la reducción de la brecha tecnológica de género, es decir el rezago de las mujeres en relación al acceso a las TIC.

Este eje lleva a una línea de acción en el ámbito de la organización hacia adentro, dentro de la cual el CPMEN está apoyando directamente al incremento del acceso de las afiliadas a las nuevas tecnologías de comunicación. Cabe notar que la Agenda nacional del CONIMIPYME no se refiere explícitamente a este tema.

El Entorno de Negocios: Retos para la incidencia de la Organización

Las dueñas de MIPYME estamos conscientes que para que exista un adecuado clima de negocios es necesario aprobar a la mayor brevedad **un conjunto de medidas de carácter legal y político, orientadas a:**

La ejecución inmediata de la Agenda Complementaria del CAFTA, que consiste en un cuerpo de leyes que protegen a la MIPYME y

adecuarla a los nuevos TLC, entre ellas la Ley de Microfinancieras, que regularice y norme su funcionamiento, la Ley MIPYME, que estimule y fomente el sector.

De igual forma aplaudimos la instalación de las Comités de Apoyo a la MIPYME, CAMIPYME, impulsadas por el MIFIC y el INPYME en las localidades con participación activa y beligerante de las organizaciones gremiales empresariales, entre las que se destaca el Congreso Permanente de Mujeres Empresarias de Nicaragua, que está demandando asiento para sus líderes en los territorios, además de una silla de género que garantice la defensa de nuestros intereses particulares en el universo diverso de la MIPYME.

Que las políticas gubernamentales tengan un enfoque de género.

Importancia de la Unión Aduanera en Centroamérica para el fortalecimiento de los intercambios comerciales.

Posibilitar un entorno social, político y económico que facilite la creación y desarrollo de empresas en manos de mujeres. La gobernabilidad es esencial para el desarrollo de los negocios.

Demandamos un Programa Nacional desde el MIFIC y el Ministerio de Hacienda que permita la regularización y normalización de las MYPE en manos de mujeres. Continúa siendo una realidad que la inmensa mayoría de las dueñas y dueños de Micro y Pequeñas Empresas no tienen documentos que les acrediten como dueñas y dueños de sus negocios, no tienen escrituras de propiedad que los amparen, se mantienen en la más completa irregularidad. Esto ocurre por varios factores que debemos destacar: Falta de información, políticas fiscales no amigables con las personas dueñas de MIPYME, altos costos para inscribir una

empresa, concentración del gobierno y oficinas gubernamentales en la capital. Aplaudimos la Ventanilla Única de Inversiones, VUI, que permite hacer las diversas gestiones en un solo punto y demandamos que ésta continúe descentralizándose y se aperturen y operativicen Ventanillas Únicas de Inversiones en más territorios.

Debe el Estado mejorar la infraestructura (camino, carreteras, puentes, puertos y aeropuertos), que faciliten la comunicación y los intercambios comerciales.

El Estado debe de ser capaz de superar, prevenir e intervenir adecuadamente las fallas del funcionamiento de los mercados.

Generación de consensos para permitir la implementación de políticas de desarrollo favorables al mejoramiento económico.

Marco legal y regulatorio adecuado para promover la competencia.

Disminución de la burocracia administrativa del sector público, (descentralización del gobierno, acercar las oficinas de apoyo a la MIPYME en los territorios), por ejemplo crear o consolidar las delegaciones del MIFIC y el INPYME en la Costa Caribe.

Transparencia en la gestión pública facilitando la auditoría social.

Cambios en la Ley de Contrataciones del Estado que faciliten el acceso de las MYPE al Mercado institucional modificando para ellas, los montos de las garantías permitiendo precios más altos a sus ofertas y reducción de los trámites burocráticos.

En este aspecto también nuestro planteamiento es congruente con la Agenda del CONIMIPYME, en la cual el eje II (entorno de

negocios) está desarrollado en las siguientes metas:

> Meta 4. Configurar y articular el entorno legal, normativo y de políticas en el cual puedan operar y desarrollarse las empresas del sector. (Ley MIPYME, Política de Fomento, reformar la Ley y la Política Fiscal, la Ley de Contrataciones del Estado (323).

> Meta 5. Establecer un sistema con información estadística sobre la MIPYME e incorporar sus resultados a las cuentas nacionales.

> Meta 6. Reducir los trámites de formalización y extender los beneficios de la simplificación administrativa al sector de la MIPYME.

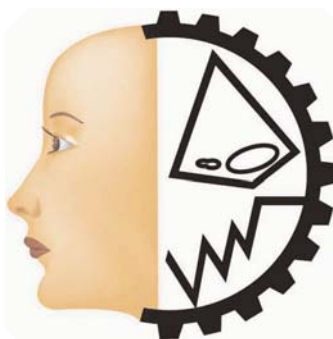
Para concluir, y de forma transversal con todo lo planteado anteriormente en esta Agenda, las mujeres dueñas de MIPYME necesitamos del Gobierno una atención especial hacia la Costa Caribe.

La tragedia del huracán Félix debe movilizar al Estado y a la Sociedad Civil para reconstruir con tecnologías antisísmicas y de prevención contra los huracanes a lo largo y ancho del Caribe y zonas vulnerables, toda la población debe colaborar en ello, así como de una buena vez construir caminos, carreteras y puertos que permitan la comunicación directa y rápida de ambas costas, así como continuar el proceso de modernización de los aeropuertos de la Costa Caribe, Las Minas y San Carlos-Río San Juan.

**CONGRESO PERMANENTE DE MUJERES
EMPRESARIAS DE NICARAGUA**

“Porque Podemos y Creemos en Nosotras”

**“LA AGENDA ECONÓMICA DE LAS MUJERES
EMPRESARIAS”
(A G E M E)**



2008