



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES  
DOCTORADO EN ECONOMÍA**

**La Iniciativa Empresarial de las Mujeres en la Base de la Pirámide en África: Estudio de caso en Tanzania, Burundi, República Centroafricana, Sudán del Sur y Uganda.**

Enero 2023

Autor: Jaime Durán Navarro

Directores: Javier Alfonso Gil y Maricruz Lacalle Calderón

## ÍNDICE

Listado de Tablas.....	5
Resumen .....	7
Agradecimientos .....	8
CAPITULO 1: INTRODUCCION .....	9
1.1 Antecedentes del problema. ....	9
1.2 Planteamiento del problema.....	11
1.3. Importancia del Estudio .....	12
1.4. Objetivo del Estudio. ....	13
1.5. Organización de la Tesis .....	14
1.6. Tamaño y distribución geográfica de la muestra. ....	14
1.6.1 Tanzania.....	14
1.6.2 República Centroafricana.....	15
1.6.3 Burundi .....	15
1.6.4 Sudán del Sur. ....	15
1.6.5 Uganda. ....	16
1.7. Técnica de recogida de los datos. ....	17
1.8. Método de análisis de los datos. ....	20
1.8.1. Objetivo específico 1. ....	21
1.8.2. Objetivo específico 2. ....	23
1.9. Limitación del Estudio .....	24
CAPÍTULO 2: LA BASE DE LA PIRÁMIDE.....	26
2.1. Introducción.....	26
2.2. Los Conceptos clave en la literatura de la Base de la Pirámide.....	29
2.3 Caracterización del mercado de la Base de la Pirámide (BdP). ....	32
2.4 La iniciativa empresarial en la Base de la Pirámide .....	36
2.5 Conclusión.....	39
CAPÍTULO TERCERO: LA INICIATIVA EMPRESARIAL DE LAS MUJERES EN LA BASE DE LA PIRÁMIDE. ....	40
3.1 Introducción .....	40
3.2 Contextualización del concepto de emprendimiento .....	41

3.2.1 Teorías psicosociológicas sobre el emprendimiento .....	43
3.3. Emprendimiento en África .....	49
3.4 El sector informal en África: estrategias de supervivencia en microempresas y pequeñas empresas. ....	54
3.5. El emprendimiento de las mujeres en África.....	57
3.5.1. El perfil de las mujeres empresarias en África.....	58
3.5.2 El papel de la mujer en el sector informal .....	61
3.6. Conclusión .....	64
 CAPÍTULO CUARTO: ANALISIS EMPIRICO. ESTUDIO DE CASO: TANZANIA. ....	65
4.1. Introducción .....	65
4.2. El emprendimiento en Tanzania .....	65
4.3. El sector informal en Tanzania .....	67
4.4. El emprendimiento de las mujeres en Tanzania.....	69
4.4.1. La situación de la mujer en Tanzania .....	69
4.4.2. El emprendimiento de las mujeres en el sector informal en Tanzania .....	70
4.5 Estudio de campo y tamaño de la muestra. ....	72
4.6. Análisis de los datos de Tanzania.....	75
4.6.1. Características del emprendimiento de las mujeres de la Base de la Pirámide en Tanzania. ....	75
4.6.2 Factores de éxito entre las emprendedoras de la Base de la Pirámide en Tanzania. ....	79
4.6.2.1. Análisis estadístico de los posibles factores de éxito .....	83
4.6.2.2. Análisis de regresión y comparación de los posibles factores de éxito encontrados sobre el total de mujeres encuestadas .....	89
4.6.2.3. Resultados.....	92
 CAPÍTULO 5: COMPARATIVA DE LA INICIATIVA EMPRESARIAL DE LAS MUJERES EN LA BASE DE LA PIRÁMIDE EN AFRICA.....	93
5.1. Introducción .....	93
5.2 Burundi.....	93
5.2.1. Situación económica .....	94
5.2.2. El emprendimiento en Burundi .....	94
5.2.3. El sector Informal en Burundi .....	96
5.2.4. El emprendimiento de las mujeres en Burundi .....	97

5.2.5. Estudio de campo y tamaño de la muestra. ....	101
5.3 República Centroafricana.....	101
5.3.1. La situación económica.....	102
5.3.2. El emprendimiento en República Centroafricana .....	103
5.3.3. El sector Informal en República Centroafricana .....	104
5.3.4. La situación de la mujer en República Centroafricana .....	106
5.3.5. Estudio de campo y tamaño de la muestra. ....	108
5.4 Sudán del Sur .....	110
5.4.1. Situación Económica .....	111
5.4.2. El emprendimiento en Sudan del Sur .....	112
5.4.3. El sector Informal en Sudán del Sur.....	116
5.4.4. El emprendimiento de las mujeres en Sudan del Sur .....	118
5.4.5. Estudio de campo y tamaño de la muestra. ....	122
5.5 Uganda .....	124
5.5.1. La situación económica de Uganda .....	124
5.5.2. El emprendimiento en Uganda .....	125
5.5.3. El sector Informal en Uganda .....	126
5.5.4. El emprendimiento de las mujeres en Uganda.....	127
5.5.5. Estudio de campo y tamaño de la muestra. ....	131
5.6. Comparativa del emprendimiento de las mujeres en los países estudiados .....	133
5.6.1. Comparativa del perfil socioeconómico por país. ....	133
5.6.2. Comparativa de la iniciativa empresarial de las emprendedoras por país. ....	134
5.6.3. Comparativa de las capacidades de gestión de las mujeres por país.....	135
5.6.4. Comparativa del perfil psicológico de las mujeres emprendedoras por país. ....	137
5.6.5. Resultados.....	140
 CAPÍTULO SEXTO: CONCLUSIONES. ....	 143
 BIBLIOGRAFIA.....	 151
ANEXOS .....	200
ANEXO 1. Entrevista (modelo de Sudán del Sur). ....	200
ANEXO 2. Tablas con los datos detallados (ejemplo de Tanzania). ....	211
ANEXO 3. Mapas. ....	219

## Listado de Tablas

Tabla número 1. Número de mujeres entrevistadas por país. ....	13
Tabla número 2. Número de mujeres entrevistadas en cada entorno económico, en Tanzania. ....	15
Tabla número 3. Número de mujeres entrevistadas en cada entorno económico, en República Centrafricana. ....	15
Tabla número 4. Número de mujeres entrevistadas en cada entorno económico, en Burundi. ....	15
Tabla número 5. Número de mujeres entrevistadas en cada entorno económico, en Sudán del Sur. ....	16
Tabla número 6. Número de mujeres entrevistadas en cada entorno económico, en Uganda. ....	17
Tabla número 7. Evolución del Enfoque de la Base de la Pirámide. ....	28
Tabla número 8. Porcentaje de proporción de migrantes y no inmigrantes en el sector informal debido a la incapacidad de encontrar otro trabajo. ....	68
Tabla número 9. Características socioeconómicas de las mujeres, en Tanzania. ....	76
Tabla número 10. Visión empresarial de las mujeres, en Tanzania. ....	77
Tabla número 11. Gestión de los negocios de las mujeres, en Tanzania. ....	78
Tabla número 12. Perfil psicológico de las mujeres, en Tanzania. ....	79
Tabla número 13. Comparativa del perfil socioeconómico entre los dos grupos, en Tanzania. ....	80
Tabla número 14. Comparativa de la iniciativa empresarial entre los dos grupos, en Tanzania. ....	81
Tabla número 15. Comparativa de la gestión de los negocios entre los dos grupos, en Tanzania. ....	82
Tabla número 16. Comparativa del perfil psicológico entre los dos grupos, en Tanzania. ....	83
Tabla número 17. Características de las mujeres (variables continuas). ....	84
Tabla número 18. Características de las mujeres (variables discretas). ....	85
Tabla número 19. Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra. ....	86
Tabla número 20. Estadísticos de prueba. ....	86
Tabla número 21. Tabla cruzada ingresos y pedir consejo. ....	87
Tabla número 22. Resumen análisis de las variables discretas. ....	89
Tabla número 23. Resumen del modelo. ....	90
Tabla número 24. Anova <sup>a</sup> . ....	90
Tabla número 25. Coeficientes Modelo. ....	90
Tabla número 26. Empleo formal e informal por sector (en porcentaje). ....	96
Tabla número 27. Porcentaje de tipos de empresas en Burundi. ....	97
Tabla número 28. Empleo por género y sector (porcentajes). ....	99
Tabla número 29. Empleo por género y situación laboral (Cuota de empleo por categoría laboral, 2014). ....	99

Tabla número 30. Naturaleza del empleo por género (porcentaje). .....	100
Tabla número 31. Empleo por sector de empleo, género y categoría de edad (porcentaje). .....	100
Tabla número 32. Perfil socioeconómico de cada país. ....	133
Tabla número 33. Iniciativa empresarial en cada país. ....	134
Tabla número 34. Capacidades de gestión de las mujeres en cada país.....	137
Tabla número 35. Perfil psicológico de las mujeres emprendedoras en cada país. ....	139

## Resumen

La tesis doctoral se centra en el estudio de la iniciativa empresarial de las mujeres en la Base de la Pirámide en África. En economía, el término “base de la pirámide” se refiere al grupo socio-económico de las personas más pobres del mundo (Prahalat and Hart, 2002). Según los datos más recientes del Banco Mundial (2022), 680 millones de personas en el mundo viven en pobreza extrema, viviendo con menos de 2,15 dólares al día. No obstante, según la misma fuente, cerca de 3.821 millones de personas todavía viven con menos de 5,5 dólares al día y por tanto se encuentran en situación de pobreza.

La participación de las personas de escasos recursos en la economía de los países en desarrollo no está visibilizada a nivel macroeconómico, pero juega un papel muy importante en la lucha contra la pobreza y la mejora de las condiciones de vida de sus familias.

Hasta la fecha, las investigaciones se han centrado más en trabajar para las personas que viven en la Base de la Pirámide y en desarrollar un mercado de productos y servicios para ellos, que en estudiar sus negocios y sus capacidades empresariales, para que ellos mismos puedan desarrollarse y expandir sus negocios.

Así mismo, la existencia de mujeres emprendedoras que participan como actores principales en la lucha contra la pobreza no se ha visibilizado suficientemente en los trabajos de investigación sobre la Base de la Pirámide. Estas mujeres emprendedoras, con el apoyo adecuado, pueden desarrollar sus negocios, formalizarlos y contribuir al desarrollo de sus países. Esta tesis doctoral pretende avanzar en este sentido para que a través de la comprensión de sus motivaciones, capacidades y limitaciones, proponer formaciones que les ayuden a desarrollar sus negocios, y poner en marcha políticas que permitan el desarrollo de los mercados en la Base de la Pirámide, teniendo en cuenta el enfoque de género.

## **Agradecimientos**

A Maricruz Lacalle Calderón y Javier Alfonso Gil, mis directores de Tesis, por su disposición, orientaciones y acompañamiento en el proceso. Su dedicación, inspiración y amistad han sido fundamentales para poder elaborar esta tesis.

A las traductoras, Freda, Merveille, Sharon, Marie Rose y Aisha, por su ayuda en la manera de enfocar las preguntas y en como interpretar las respuestas correctamente en cada uno de los países.

A Analaida, por su ayuda con las bases de datos.

A las mujeres que he entrevistado, por dedicarme su tiempo, y por enseñarme, con su ejemplo, la fortaleza y compromiso que tienen para luchar contra la pobreza. Mi sincera admiración por ello, y mi compromiso en seguir investigando para contribuir a su reconocimiento y apoyo.

A mi familia, por las horas robadas estos últimos años, y en especial a Elena, mi mujer, por su confianza y dedicación con nuestras hijas Noa y Marina; lo que me ha posibilitado entregarme plenamente a la finalización de la Tesis Doctoral.

Finalmente, a mis padres. Sé que mi padre ya no es capaz de entender lo que he hecho, pero espero que en algún lugar de su mente esté orgulloso del trabajo que he realizado.



## CAPITULO 1: INTRODUCCION

### 1.1 Antecedentes del problema.

Cuando definimos el término pobreza, hay tendencia a considerarlo como una mera ausencia de ingresos o dinero. Desde una perspectiva más amplia, se considera que la pobreza no sólo incluye la privación material, sino también la privación de educación, salud, la exclusión social, la falta de participación comunitaria, la vulnerabilidad y la exposición al riesgo (UNDP, 2019).

El Programa para el Desarrollo de Naciones Unidas (UNDP) introdujo, en el Informe sobre Desarrollo Humano 1997, el concepto de pobreza humana. Este concepto, a diferencia de la pobreza de ingresos, se refiere a la negación de oportunidades y opciones para vivir una vida humana básica o –tolerable (UNDP, 2017). La negación de oportunidades a algunas personas en comparación con los demás es un caso de desigualdad, por lo que se puede establecer una relación entre las desigualdades y la pobreza. En esta investigación, el enfoque será llevado a las desigualdades de género.

Mientras que el sexo se refiere a las diferencias biológicas entre hombres y mujeres, el concepto de género se refiere a los estereotipos socialmente construidos, funciones, oportunidades y relaciones asociadas con ser un hombre o mujer (Pincha, 2008). La gente nace hombre o mujer y ese hecho es invariable, pero también son socializados para convertirse en hombres y niños o niñas y mujeres; esta socialización depende del contexto y se realiza en un momento específico y cambiante. El género determina lo que se espera, se permite y se valora en una mujer o un hombre en un contexto determinado. Determina oportunidades, responsabilidades y recursos, así como los poderes asociados con ser hombre o mujer. El género también define las relaciones entre mujeres y hombres, niñas y niños (Pincha, 2008).

Género no significa mujer. Sin embargo, dado que las mujeres suelen estar en una posición de desventaja, la promoción de la igualdad de género implica una atención explícita a la autonomía de la mujer (ILO, 2009).

Hay diferencias de género, en cómo los hombres y las mujeres experimentan la vida cotidiana y sus roles sociales específicos, y que reflejan las diferencias en el acceso y control sobre los recursos y el poder en la toma de decisiones. Estos diferenciales deben ser considerados en las políticas e intervenciones a fin de que estas sean eficaces.

Las mujeres y las niñas, niños y hombres tienen diferentes vulnerabilidades y capacidades, siendo las mujeres y las niñas especialmente vulnerables en los contextos de pobreza, ya que, el porcentaje de mujeres y niñas que mueren es mayor, así como la incidencia de los delitos de violencia de género (UNDP, 2010).

Para esta investigación, y teniendo en cuenta la mencionada relación anterior entre las desigualdades y la pobreza, es conveniente señalar que las desigualdades de género en la distribución del ingreso, el acceso a los insumos productivos, como el crédito, el control sobre los bienes o ingresos del trabajo, así como el sesgo en los mercados de trabajo y la

exclusión social de las mujeres, forman la base de la mayor vulnerabilidad de las mujeres en la pobreza extrema (Cagatay, 1998).

En Tanzania, Uganda, Sudán del Sur, República Centroafricana y Burundi persiste una variedad de prácticas de género discriminatorias que atentan contra el desarrollo del capital humano de las niñas y mujeres. Las tasas de alfabetización, por ejemplo, son muy diferentes para hombres y mujeres, y la matrícula de secundaria sigue siendo significativamente mayor en los niños (World Bank, 2022). La salud de las mujeres sigue siendo vulnerable, con tasas de mortalidad maternal y fertilidad altas (WDI, 2022). La evidencia sugiere que la violencia basada en el género, incluida la violación, el secuestro, el matrimonio precoz, la mutilación genital femenina y la violencia familiar, son comunes en estos países (Cagatay, 1998).

De acuerdo con esta información, se puede afirmar que la desigualdad de género es un tema muy importante para abordar en la lucha contra la pobreza en los países objeto de este estudio. Esta investigación trata de añadir conocimiento sobre este tema, centrándose en las limitaciones y oportunidades que enfrentan las mujeres para participar en las Actividades de Generación de Ingresos (IGAs).

Las IGAs podrían ser fácilmente definidas como todas aquellas actividades que proporcionan ingresos (Albee, 1994). Siendo más precisos, las IGAs podrían considerarse como aquellas iniciativas que afectan a los aspectos económicos de la vida de las personas, proporcionando los ingresos, ya sea en efectivo o en especie (bienes y servicios), que son recibidos por el hogar o por miembros individuales del hogar a intervalos anuales o más recurrentes, pero no las ganancias imprevistas y otros tipo de ingresos irregulares que por lo general se generan de una sola vez (ILO, 2003).

Dado que las actividades de generación de ingresos incluyen una amplia gama de ocupaciones, hay diferentes maneras en que se pueden dividir para una mejor comprensión y análisis de sus diferentes dimensiones. Una división común es la realizada entre las actividades agrícolas o no agrícolas. Entre las agrícolas se incluyen los cultivos y el ganado, y dentro de estas el trabajo desarrollado por cuenta propia o por cuenta ajena. Entre las no agrícolas, se incluyen el resto de actividades comerciales y de servicios en la comunidad (Carletto et al., 2007).

En el estudio realizado me he centrado en las actividades comerciales, ya que son las que requieren menos fondos para ponerlas en marcha y tienen un rendimiento inmediato. **Según mi experiencia en África<sup>1</sup>**, estas características hacen que sean las actividades que la mayoría de mujeres con pocos recursos ponen en marcha, ya sea con sus propios fondos o con apoyos externos, entre los que se encuentran los microcréditos.

Los estudios han demostrado que cuando las mujeres conservan el control de los ingresos, hay un mayor efecto positivo sobre los gastos en alimentos y bienestar de los niños, en comparación con los hombres (Haddad et al., 1997). Del mismo modo, el control de los

---

<sup>1</sup> El doctorando trabajó 15 años, tanto en terreno como en sede, con programas, proyectos y diseños de políticas en organizaciones con la Unión Europea, Cruz Roja Española, Médicos del Mundo y la Federación Internacional de la Cruz Roja y Media Luna Roja.

recursos por parte de los hombres, en comparación con las mujeres, también se asocia con tasas bajas de escolarización de las niñas, situación social más baja de las mujeres, matrimonios precoces, y altas tasas de malnutrición (Shroff et al., 2009).

Teniendo en cuenta estos hechos, ¿por qué las mujeres no juegan un papel más importante en la generación y administración de los ingresos?

Como se mencionó anteriormente, en estos países aún persisten prácticas discriminatorias de género. Así por ejemplo, en el último informe del Centro para el Desarrollo Global sobre la brecha de género en la educación, se muestra, por ejemplo, que hay una brecha en el logro educativo entre hombres y mujeres (Evans et al., 2019). En relación a la toma de decisiones, rara vez se realizan por las propias mujeres solas, la mayoría de las veces estas decisiones se toman conjuntamente con sus esposos o principalmente por sus maridos (Ilesanmy, 2018). El empleo también es un aspecto de los fenómenos sociales donde emergen los roles y las relaciones de género. El empleo es un aspecto de los fenómenos sociales donde emergen los roles y las relaciones de género, pudiendo ser una fuente de empoderamiento tanto para mujeres como para hombres, especialmente si son los que controlan los ingresos que generan (Fernández et al., 2021).

## **1.2 Planteamiento del problema.**

La participación de las mujeres en las actividades de generación de ingresos les ayuda a mejorar sus medios de vida y les permite contribuir al desarrollo nacional. Sin embargo, en los países objeto del estudio, la posición subordinada de las mujeres, que se observó en la época precolonial, continuó en las épocas colonial e independiente con ligeros cambios, en parte debido a la influencia del cristianismo y el islam (Rugumamu, 1999; Nkurunkiza, 2016; Snyder, 2000). En consecuencia, las mujeres en entornos rurales continúan trabajando controladas por los hombres, sin voz y sin acceso a los medios de producción. Las mujeres en las zonas urbanas también experimentan los problemas relacionados con la dependencia de los hombres, así como los prejuicios de género en el mercado laboral (ILO, 2018).

Desde la independencia de estos países, ha habido varios tipos de actores: organizaciones no gubernamentales, agencias gubernamentales, organizaciones internacionales y agencias voluntarias destinadas a mejorar la posición de las mujeres. Por su parte, los gobiernos han intentado, entre muchas otras acciones, mejorar la situación de las mujeres mediante la legislación (Rugumamu, 1999; Nkurunkiza, 2016; Snyder, 2000).

La literatura sugiere que la provisión de oportunidades de ingresos para las mujeres es una estrategia muy eficaz para mejorar la reducción de la pobreza y las condiciones de vida de los hogares (Fox et al., 2012). Sin embargo, existen pocos estudios y hay poca evidencia acerca de los principales factores que determinan la motivación y la capacidad de la mujer para comprometerse en actividades generadoras de ingresos. Esta brecha es especialmente importante con respecto a las mujeres en los países en desarrollo. El objetivo de este estudio es llenar este vacío, tratando de identificar la iniciativa empresarial, es decir, las limitaciones y oportunidades para que las mujeres en estos países se involucren en Actividades Generadoras de Ingresos. Las preguntas de la investigación, por lo tanto, serían:

**-¿Cuál es la iniciativa empresarial, es decir, las motivaciones, limitaciones y oportunidades que las mujeres en los países objeto del estudio disponen de cara a participar en las actividades de generación de ingresos? ¿Cuáles serían las similitudes y diferencias en función de los países de estudio? ¿Cuáles serían los factores de éxito en sus negocios?**

Dado que las actividades agrícolas representan más del 60% del empleo total en los países en África, pero todavía la mayoría de los hogares rurales están expuestos a la inseguridad alimentaria y la pobreza crónica, esta investigación pone especial atención a la participación de las mujeres en actividades no agrícolas. Las actividades no agrícolas son consideradas como una alternativa eficaz para reducir la pobreza, a través de la diversificación de las fuentes de ingresos y su posterior minimización de riesgos (Heintz y Valodia, 2008). La literatura revisada se ocupa de la diversificación, principalmente a nivel de hogar. El propósito de esta investigación es centrarse en los aspectos que motivan a las mujeres a participar en **actividades no agrícolas**.

Esta tesis pretende **investigar el emprendimiento de las mujeres en la Base de la Pirámide para plantear políticas enfocadas a desarrollar sus capacidades y eliminar las barreras que impiden desarrollar sus negocios y contribución a la comunidad**. Para ello, es importante situar los debates actuales sobre la Base de la Pirámide y analizar el emprendimiento de las mujeres en África y en Tanzania, Uganda, Burundi, República Centroafricana y Sudán del Sur en particular.

### **1.3. Importancia del Estudio**

Como se ha mencionado antes, la desigualdad de género es una de las cuestiones más importantes que se abordan en el contexto de la lucha contra la pobreza. La literatura sugiere que la provisión de oportunidades de ingresos para las mujeres es una estrategia eficaz en las mejoras de las condiciones de vida del hogar, pero la literatura no se ha centrado mucho en las motivaciones, restricciones y capacidades de las mujeres para que participen en esas actividades.

En este estudio vamos a analizar, tanto aspectos cuantitativos (ingresos, gastos, ahorro, proveedores, etc...) como cualitativos (educación, formación empresarial, etc.), culturales (la toma de decisiones), contextuales (donde se desarrolla el negocio), legislativos (impuestos) y psicológicos (perfil y actitud). Esto nos va a permitir definir el perfil social, las capacidades y debilidades tanto de las mujeres como de sus negocios. Después de definir el perfil por país, vamos a compararlos y ver cuáles son los elementos similares y cuales difieren de un país a otro.

En la segunda parte del estudio vamos a tratar de identificar los factores de éxito en sus negocios. Esto lo vamos a hacer mediante una comparación entre las que más ingresos tienen y las que menos.

El resultado de este estudio va a ayudar a realizar programas formativos centrados en sus capacidades y debilidades, y a planificar políticas encaminadas al desarrollo empresarial y formalización de sus negocios.

#### 1.4. Objetivo del Estudio.

El objetivo general de esta tesis es **analizar en profundidad la iniciativa empresarial de las mujeres en la Base de la Pirámide**. Este objetivo general se concreta en los siguientes objetivos específicos:

Objetivo específico 1: Conocer las características de las mujeres empresarias en la Base de la Pirámide para identificar sus capacidades, oportunidades, debilidades y limitaciones.

Objetivo específico 2: Analizar las características que comparten las mujeres empresarias exitosas en la Base de la Pirámide para encontrar factores de éxito en sus negocios.

Objetivo específico 3: Plantear soluciones para superar las barreras a las que se enfrentan tanto desde el punto de vista individual como desde el mercado en el que operan.

La hipótesis que queremos contrastar es que partiendo del hecho de que “ser emprendedor puede no ser igual a poner en marcha un negocio”, la hipótesis de trabajo a contrastar en esta tesis es que la capacidad emprendedora de las mujeres en la Base de la Pirámide ha estado históricamente subestimada. Aunque la motivación de casi todas las mujeres que ponen negocios en la Base de la Pirámide no se corresponde con la que caracteriza a las emprendedoras, según la literatura analizada, ya que muchas se han visto obligadas a poner negocios para sobrevivir ellas y sus familias, en el resto de parámetros si muestran una correlación con las características asociadas a una personalidad emprendedora. Además, es importante desarrollar políticas que tengan en cuenta el papel que las mujeres desempeñan en la Base de la Pirámide, refuercen sus capacidades y se eliminen las barreras en los mercados para que su labor empresarial tenga un mayor impacto en la lucha contra la pobreza.

Esta hipótesis será contrastada a través de un estudio observacional realizado en 5 países africanos, aunque el centro de la investigación es Tanzania donde se realizaron el mayor número de entrevistas. La distribución del número de mujeres por país es la siguiente:

**Tabla número 1. Número de mujeres entrevistadas por país.**

	Tanzania	Burundi	Uganda	Sudán del Sur	República Centroafricana	TOTAL
Número de entrevistas	320	40	40	40	40	480

## **1.5. Organización de la Tesis**

La tesis consta de seis capítulos. El capítulo primero es la introducción, que proporciona la justificación, objetivos y metodología del estudio. En este capítulo se describe la zona de estudio, técnicas y métodos de análisis de muestreo. El segundo capítulo presenta el marco teórico de la Base de la Pirámide. El tercer capítulo estudia el marco teórico de la iniciativa empresarial de las mujeres. El cuarto capítulo, introduce Tanzania y los resultados de la investigación en dicho país. El quinto capítulo, introduce el resto de países y se comparan los resultados de Tanzania con el de estos países. El sexto y último capítulo, presenta las conclusiones y recomendaciones del estudio.

## **1.6. Tamaño y distribución geográfica de la muestra.**

La muestra se seleccionó teniendo en cuenta distintas localizaciones y los condicionantes de cada país. En Tanzania, el país más estable de la región desde su independencia, la muestra se recogió en una zona periférica de la capital (Dar Es Salaam), en un entorno económico muy diverso. En los países en conflicto como Burundi, Sudán del Sur y República Centroafricana las entrevistas se llevaron a cabo en la capital, debido a la inseguridad en otras zonas del país. En Uganda, la muestra se centró en los diversos mercados de la capital que representan el sector informal en ese país.

### **1.6.1 Tanzania**

Mi elección de Tanzania se basa en el conocimiento del país durante mi experiencia profesional en el mismo tanto en la Cruz Roja, con programas de refugiados y desarrollo comunitario, como en la Fundación Magdala, realizando programas de microcréditos en colaboración con el Grameen Trust del Profesor Yunus.

Para realizar el estudio de Tanzania elegí una zona administrativa (Kunduchi) de un distrito periurbano (Kinondoni) de la capital de Tanzania (Dar es Salaam). Las razones para la elección de esta zona son las siguientes:

- Es una zona alejada de la capital pero con una gran variedad de actividades comerciales que pueden representar adecuadamente la variedad de actividades que realizan las mujeres en el sector informal en Tanzania.
- Había trabajado en la zona anteriormente con microcréditos, viendo la variedad de actividades comerciales de la misma, y había desarrollado un estudio de base que mostraba una prevalencia de la pobreza extrema del 80 por ciento entre las mujeres emprendedoras.

La muestra estudiada comprende a 320 mujeres, que se distribuyen de acuerdo a los entornos económicos mencionados de la siguiente manera:

**Tabla número 2. Número de mujeres entrevistadas en cada entorno económico, en Tanzania.**

Entorno Económico	Barrio de Mtongani	Mercado	Carretera principal	Ntakuja	Schule	Mashimoni (Kokoto place)	Beach	Meko	Pwani	Africana	Total
Número de mujeres	33	40	50	70	24	31	10	8	53	1	320

### 1.6.2 República Centroafricana

En República Centroafricana, el área de estudio se centró en la capital (Bangui), debido a la situación de inseguridad que hay en el resto del país. En Bangui hay una gran actividad informal y una variedad de entornos económicos. La muestra trató de tener mujeres de los entornos económicos más representativos de la ciudad e incluye principalmente el mercado de Bangui, que es el centro de la actividad informal. El área principal fue el distrito 7, concretamente el distrito de Taoka, con sus mercados (mercado de Kassai y mercado de Haina). También investigamos vecindarios cercanos y otros distritos donde muchas mujeres venden comida callejera y hay algunas tiendas donde se vende ropa y artesanías.

La muestra estudiada incluye 40 mujeres, distribuidas según los entornos económicos mencionados de la siguiente manera:

**Tabla número 3. Número de mujeres entrevistadas en cada entorno económico, en República Centroafricana.**

Entorno Económico	Kyebunda	Kamowokya	Carretera Spek	Bukoto	Kyanja	Nasser Road	Calville	Ntinda	City Square	Crusader House	Total
Número de mujeres	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

### 1.6.3 Burundi

Para realizar el estudio en Burundi, elegimos muestras en cada una de las tres comunas del ayuntamiento de Bujumbura que son: Mukaza, Ntahangwa y Muha.

La muestra estudiada incluye 40 mujeres, distribuidas según los entornos económicos mencionados de la siguiente manera:

**Tabla número 4. Número de mujeres entrevistadas en cada entorno económico, en Burundi.**

Entorno Económico	Mercado de Kamenge	Mercado de Kinama	Mercado principal de Bujumbura	Mercado de Kanyosha	Mercado de Kibenga	Mercado de Buyenzi	Mercado de Musaga	Centre ville	Musée vivant de Bujumbura	Carretera principal	Total
Número de mujeres	5	4	5	2	4	2	2	2	3	11	40

### 1.6.4 Sudán del Sur.

Como en Burundi y República Centroafricana, el área de estudio se centró en la capital de Sudán del Sur (Juba), debido a la situación de inseguridad que hay en el resto del país. En general, todos los comerciantes y vendedores del mercado de Juba venden casi los mismos artículos con grandes diferencias de precios, debido a las malas carreteras, los precios

fluctuantes del combustible, los puestos de control ilegales, los impuestos no regulados y los tipos de cambio desfavorables.

La mayoría de los comerciantes en los mercados de Juba importan gran parte de sus productos de Uganda, Kenia y Tanzania. Estos bienes son en su mayoría perecederos: granos y ropa. Los comerciantes, que compran a los países de África Oriental, hacen esos viajes individualmente o tienen contactos que compran y envían estos productos a Sudán del Sur. Luego están los vendedores que compran las mercancías que traen los camiones cuando llegan a Sudán del Sur.

Los comerciantes extranjeros, es decir, ugandeses, sudaneses procedentes del estado de Darfur, somalíes, eritreos y etíopes, dominan principalmente estos mercados, sin dejar de lado a la población local de Sudán del Sur. Dentro de estos, la mayoría son mujeres que se centran más en la venta de frutas y verduras. Sin embargo, ambas categorías se ocupan de negocios mayoristas y minoristas.

La muestra estudiada incluye 40 mujeres, distribuidas según los entornos económicos mencionados de la siguiente manera:

**Tabla número 5. Número de mujeres entrevistadas en cada entorno económico, en Sudán del Sur.**

Entorno Económico	Konyo Konyo	Mercado en la Aduana	Mercado de Jebel	Mercado Munuki Suuk Libya	Mercado de Gudele	Total
Número de mujeres	12	8	8	6	6	40

### 1.6.5 Uganda.

Mi elección de Uganda se basa en el conocimiento del país durante mi experiencia profesional con la Cruz Roja, con programas de prevención de desastres, ayuda humanitaria y desarrollo comunitario por todo el país.

Uganda ha sido un país relativamente estable desde la independencia (exceptuando el gobierno de Idi Amin) y el principal aliado de Estados Unidos en la región. El contexto de estabilidad que otorga a su población y su papel importante durante el Genocidio de Ruanda, la Guerra en la República Democrática del Congo y ahora en el conflicto de Sudán del Sur, hacen de Uganda un país muy interesante para incluirlo en este estudio.

Para realizar el estudio de Uganda elegí hacerlo en la capital (Kampala), ya que hay una mayor variedad de actividades empresariales en el sector informal en Kampala que en otras zonas del país, donde el tipo de actividad está más restringida a la agricultura y ganadería.

La zona del estudio comprende principalmente el mercado de Kampala, que es el centro de la actividad informal, pero también vamos a estudiar barrios colindantes donde muchas mujeres realizan venta ambulante de comida, y hay algunas tiendas donde se vende ropa y artesanía.



La muestra estudiada incluye 40 mujeres, distribuidas según los entornos económicos mencionados de la siguiente manera:

**Tabla número 6. Número de mujeres entrevistadas en cada entorno económico, en Uganda.**

Entorno Económico	Kyebunda	Kamowokya	Carretera Spek	Bukoto	Kyanja	Nasser Road	Calville	Ntinda	City Square	Crusader House	Total
Número de mujeres	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

### 1.7. Técnica de recogida de los datos.

La recogida de los datos la llevé a cabo mediante entrevistas en profundidad de una duración media de dos horas cada entrevista, en la mayoría de los casos en el emplazamiento de sus negocios y mientras trabajaban. Esto me permitió corroborar lo que las mujeres declaraban durante las entrevistas y apreciar muchos detalles de sus actividades.

Las entrevistas fueron realizadas por mí mismo ayudado de una mujer de la localidad en cada país, que me sirvió también de intérprete. Estas ayudantes fueron previamente formadas por mí para asegurar que conocían los objetivos del estudio, la información que se tenía que recoger y que cada pregunta se pudiera formular siempre de la misma forma y con el mismo enfoque y tonalidad. Todo esto se tuvo en cuenta para evitar, en la medida de lo posible, el sesgo del entrevistador (Karland, 2014). La entrevista se tradujo a cada idioma y/o dialecto y la ayuda de estas personas fue muy valiosa para mantener la calidad de la información recogida a lo largo de todo el trabajo de campo.

El cuestionario para la entrevista en profundidad cuenta con 74 preguntas. Muchas de ellas son respuestas múltiples, otras respuestas cerradas y otras abiertas donde las mujeres podían expresar su situación. Una copia del cuestionario completo se puede ver en el anexo 1 incluido al final de la tesis. El diseño de este cuestionario se realizó teniendo en cuenta la experiencia que había desarrollado durante mis años previos de trabajo en la realización de estudios de base en Senegal y Tanzania. El cuestionario pretende dar respuesta al objetivo general y a los objetivos específicos de esta tesis, y a partir de ahí, contrastar la hipótesis de trabajo planteada en la tesis.

Como se puede observar en el anexo 1, la entrevista en profundidad está estructurada a través de cinco bloques de preguntas que siguen un orden específico, buscando conseguir la información de forma progresiva en base a la confidencialidad de la misma. Así la entrevista empieza preguntando cuestiones de índole demográfica (edad, sexo, etc.), para posteriormente, ir entrando poco a poco en asuntos más personales. El objetivo es hacer sentir a la persona entrevistada que está teniendo una charla más que una entrevista y mostrar empatía hacia su situación.

Los cinco bloques en los que se divide la entrevista son los siguientes:

1. La situación demográfica de las mujeres
2. La situación económica de las mujeres y sus familias
3. La iniciativa empresarial de las mujeres
4. La gestión empresarial de sus negocios
5. El perfil psicológico de las mujeres

En el primer bloque, relativo a la situación demográfica de las mujeres, se pretende recopilar información sobre los siguientes aspectos:

- Estatus social. El primer dato que tomamos en las encuestas es la situación de la mujer dentro de la familia, en concreto si es cabeza de familia o no.
- Edad.
- Educación. Nivel de estudio de las mujeres.
- Familia. Tamaño de la familia y nivel de estudio de sus miembros.
- Arraigo en la comunidad. El número de años que reside en esa localidad.

En el segundo bloque de preguntas, se recopila información sobre la situación económica de la mujer y su familia, analizando los siguientes aspectos:

- Ingresos de la familia. Se toman en cuenta los ingresos de la familia, incluyendo los del marido, si estuviera casada y si los hubiera.
- Gasto de la familia. Los gastos realizados por la familia de manera mensual.
- Aportaciones económicas externas a la familia. En este caso se analizaron las aportaciones (en caso de haberlas) para afrontar sus gastos.
- Ahorro. Cuántas mujeres ahorran, el montante y el destino del mismo.
- Crédito. Cuántas tienen acceso al crédito y con qué instituciones.
- Deuda. Cuántas tienen deudas y el motivo de las mismas.

El tercer bloque de preguntas, se busca recopilar datos sobre la iniciativa empresarial de las mujeres. Las preguntas versan sobre los siguientes aspectos:

- La motivación para empezar sus negocios
- Los motivos para la elección de su negocio
- Tipos de negocios, emplazamiento, sector de actividad y productos/servicios ofrecidos.
- Estudios previos a la puesta en marcha del negocio.
- La madurez del negocio, su evolución y su arraigo en la comunidad.
- La evolución de los negocios.
- Arraigo en la comunidad de los negocios.
- Las fuentes de financiación de los negocios.
- El análisis del historial empresarial de las mujeres.

- El análisis que hacen de sus negocios y la visión a futuro de los mismos.

En el cuarto bloque de preguntas, recopila información sobre la gestión económica que la mujer realiza en sus negocios a través de los siguientes aspectos:

- El número de trabajadores que emplean en sus negocios y el tipo de relación laboral que tienen con ellos.
- La toma de decisiones. Se pretende conocer si ellas toman las decisiones en sus negocios, si buscan consejo y de quién.
- La gestión y almacenamiento de sus productos. Con qué frecuencia compran los insumos de sus negocios y dónde los almacenan.
- La relación con los proveedores. Cuántos proveedores tienen, en base a qué los eligen y/o cambian, cómo abonan el producto, si negocian con ellos, sobre qué y en que han tienen éxito.
- La relación con los clientes.
- La gestión de la venta de sus productos y servicios.
- La inversión en el negocio.
- La gestión del riesgo.
- El pago de impuestos tanto formales como informales.

En el quinto bloque de preguntas, recopila información sobre el perfil psicológico de las mujeres analizando los siguientes aspectos:

- La capacidad de aconsejar a otras emprendedoras.
- Las lecciones aprendidas durante su experiencia empresarial.
- Preferencia de ser empresaria frente a asalariada.
- Cómo se ven y se consideran a sí mismas.

La información recopilada a través de estos 5 bloques de preguntas permitió alcanzar el objetivo específico número 1.

Con respecto al objetivo específico número 2, en la muestra de Tanzania, se comparó el 10% de las mujeres con menores y mayores ingresos en sus negocios, comparación que se realizó en los siguientes aspectos concretos:

- Estatus social. Situación de la mujer dentro de la familia, en concreto si era la cabeza de familia o no.
- Edad.
- Educación. Nivel de estudio de las mujeres.
- Familia. Tamaño de la familia.
- Arraigo en la comunidad. El número de años que reside en esa localidad.
- Motivación para empezar su negocio.
- Motivos para la elección de su negocio.

- Tipos de negocio, emplazamiento, sector de actividad y productos/servicios ofrecidos.
- Estudios previos a la puesta en marcha del negocio.
- Madurez del negocio y su evolución.
- Arraigo en la comunidad del negocio.
- Las fuentes de financiación del negocio.
- Análisis del historial empresarial de las mujeres.
- El número de trabajadores que tienen.
- La toma de decisiones.
- La gestión y almacenamiento de sus productos.
- La relación con los proveedores.
- La relación con los clientes.
- La gestión de la venta de sus productos y servicios.
- La inversión en el negocio.
- La gestión del riesgo.
- El pago de impuestos, tanto formales como informales.
- Cómo se ven y se consideran a sí mismas.

Para dar respuesta al objetivo específico número 3, se identificaron las debilidades, fortalezas, riesgos y oportunidades de las mujeres empresarias en la Base de la Pirámide. Esto se llevó a cabo a partir del análisis, tanto individual como colectivo de las mujeres, y de los contextos económicos en los que operan.

### **1.8. Método de análisis de los datos.**

Las encuestas de cada país fueron introducidas en una base de datos de Access específica para cada país. La metodología utilizada buscaba analizar primero la información de cada país, para luego, confrontarla con la información de los otros países, y analizar si existen similitudes y si se podría dar una respuesta global a los objetivos específicos. Al tener el mayor número de encuestas en Tanzania, realicé el análisis primero en ese país y luego lo comparé con los resultados en el resto de los países.

Además, el tener bases de datos separadas por país permitirá en el futuro profundizar el estudio en cada país, añadiendo regiones o contexto económicos representativos de cada uno de ellos.

Los datos recogidos en las encuestas, e introducidos en las bases de datos, se trataron en Excel siguiendo el esquema de bloques de datos mencionado anteriormente, para dar respuesta a los objetivos específicos.

La comparación de datos se ha realizado siempre a través de la mediana o con el porcentaje más representativo de cada respuesta en cada país.

### 1.8.1. Objetivo específico 1.

Para la realización del análisis de datos relacionado con este primer objetivo específico se tomó la mediana y/o el porcentaje más alto de los datos recopilados de los cinco bloques de preguntas de la entrevista. Primero se realizó el análisis por país, y luego se compararon los resultados de todos los países estudiados en conjunto.

El perfil psicológico de la mujer, se ha estudiado a través de determinados rasgos de la personalidad y su correlación con la personalidad emprendedora (Kerr et al., 2017). Además, también se han tenido en cuenta otros estudios que analizan los rasgos específicos, por ejemplo el control de la situación (Churchill, 1983; Herron, 1994); la necesidad de logro (McClelland, 1987; Begley y Boyd, 1987); la asunción de riesgos (Liles, 1974; Shane, 1996); la autonomía e independencia (Gartner, 1985; McGrath, MacMillan y Scheinburg, 1992); el optimismo (Lee, Ashford y Jamieson, 1993); la tolerancia a los cambios (Schere, 1982; Sexton y Boxman, 1985); la estabilidad emocional (Brandstaetter, 1997; Morrison, 1997); la persistencia (Kourilsky, 1980; Spencer y Spencer, 1993); la iniciativa (Utsch et al., 1999); la competitividad (Utsch et al., 2000); la proactividad (Becherer y Maurer, 1999), y la confianza (Bandura, 1997; Baum, 2001). Vamos a continuación a definir cada rasgo de personalidad emprendedora y su relación con las preguntas de la encuesta realizadas sobre el perfil psicológico.

La ética laboral, es un conjunto de valores basados en las virtudes morales del trabajo duro y la diligencia. También es una creencia en el beneficio moral del trabajo y su capacidad para mejorar el carácter. Un ejemplo sería la ética laboral protestante o la ética laboral china. Una ética de trabajo puede incluir ser confiable, tener iniciativa o mantener habilidades sociales (Kerr et al., 2017). Para evaluar este rasgo se han tenido en cuenta las siguientes preguntas:

- Si se consideran muy trabajadoras
- Si se consideran amigables
- Si les gusta estar con gente
- Si les gusta la competencia

El locus de control interno, es un concepto psicológico que se refiere a cuán fuertemente las personas creen que tienen control sobre las situaciones y experiencias que afectan sus vidas (Morales, 2022). Para evaluar este rasgo se han tenido en cuenta las repuestas a las siguientes preguntas:

- El hecho de que han puesto sus negocios es significativo de que quieren tener el control, al menos, económico de sus vidas.
- Le gusta planificar el futuro.
- Los futuros planes para su negocio.
- Si le gusta tener su propio negocio o trabajar para otros.

Necesidad de logro, se refiere al deseo de un individuo para conseguir un logro significativo, dominio de las habilidades, el control, o alcanzar un alto nivel de metas (McClelland, 1985; Begley y Boyd, 1987). Las personas se caracterizan por una tendencia a buscar desafíos y un alto grado de independencia. Este rasgo se ha evaluado a través de las siguientes respuestas:

- La razón por la que inicio la actividad empresarial.
- Cómo financiaron el negocio.
- Si se consideran muy trabajadoras.
- Si se consideran empresarias o trabajadoras para la familia.

La propensión a asumir riesgos, puede definirse como la orientación de una persona para asumir riesgos (Liles, 1974; Shane, 1996). En este caso, las respuestas estudiadas han sido:

- Los riesgos del negocio.
- Como lidian con ellos.
- Si les asustan los riesgos.
- Si les gusta tomar decisiones.
- Si se consideran optimistas.
- Si se consideran creativas.

La tolerancia a los cambios, es una tendencia sistemática y estable de un individuo a reaccionar a la ambigüedad percibida con mayor o menor intensidad (Montoya et al., 2019). Para evaluar este rasgo se han tenido en cuenta las repuestas a las siguientes preguntas:

- Si le gustan los cambios.
- Si cambiarían algo en sus negocios.

El optimismo disposicional, es la actitud de que sucederán cosas buenas y que los deseos u objetivos de las personas se cumplirán en última instancia (Lee, Ashford y Jamieson, 1993; López y García, 2011). Las personas optimistas son personas que anticipan resultados positivos, ya sea por casualidad o por perseverancia y esfuerzo, y que confían en alcanzar las metas deseadas. Este rasgo se ha evaluado a través de las siguientes respuestas:

- Si se considera optimista.
- Si le gusta planificar el futuro.

La pro actividad, o el comportamiento proactivo de los individuos se refiere al comportamiento anticipatorio, orientado al cambio y auto iniciado en diferentes situaciones (Becherer y Maurer, 1999). Para evaluar este rasgo se han tenido en cuenta las repuestas a las siguientes preguntas:

- Si busca más clientes.
- Si negocia con los proveedores.
- Si cambiaría algo de su negocio.

- Si hicieron algún estudio antes de poner en marcha su negocio.

Competitividad, es la disposición para buscar situaciones competitivas objetivas y comparar el desempeño de uno con un estándar u otra persona de capacidad comparable (Hornaday y Aboud, 1971; Utsch et al., 1999). En este caso, las respuestas estudiadas serán:

- Si les gusta la competencia.
- Si darían consejos a alguien que pusiera un negocio.

Estabilidad emocional, es la previsibilidad y consistencia en las reacciones emocionales, con ausencia de cambios rápidos de humor (Brandstaetter, 1997; Morrison, 1997). Este rasgo se ha evaluado a través de las siguientes respuestas:

- Si se considera amigable.
- Si le gusta estar con más gente.
- Si pide consejo antes de tomar decisiones.
- Si se considera independiente.
- Si tiene planes para el futuro del negocio.
- Si se considera optimista.

Iniciativa, es creer en su habilidad para perseguir exitosamente sus metas (Utsch et al., 1999). Para evaluar este rasgo se han tenido en cuenta las repuestas a las siguientes preguntas:

- Porqué puso ese negocio y no otro.
- Cuántos negocios han puesto.
- Si se consideran líderes.
- Si les gusta tomar decisiones.

Persistencia, es la capacidad de mantener un curso de acción o mantener una tarea y terminarla a pesar de los obstáculos (como la oposición o el desánimo) o el esfuerzo involucrado (Kourilsky, 1980; Spencer y Spencer, 1993). Este rasgo se ha evaluado a través de las siguientes respuestas:

- Cuántos años llevan en su negocio actual.
- Cuántos negocios han puesto antes del actual.
- Porqué fracasaron sus intentos anteriores y que aprendió de ellos.
- Si tienen planes de futuro para el negocio.

### **1.8.2. Objetivo específico 2.**

Establecemos como punto de partida que el éxito es tener los mayores ingresos en el negocio. Por ello, para dar respuesta al objetivo específico número 2 voy a establecer una comparación entre el 10% de las mujeres con menores ingresos y el 10% con mayores ingresos en sus negocios. Para realizar este objetivo voy a utilizar sólo los datos de Tanzania, ya que la

muestra es la más amplia y me va a permitir establecer más diferencias entre el percentil con más ingresos y el que menos.

Para la realización del análisis de datos relacionado con este primer objetivo específico se han tomado la mediana y/o el porcentaje más alto de los datos recopilados con respecto a los aspectos mencionados en el apartado anterior:

- El perfil socioeconómico.
- La iniciativa empresarial.
- Las capacidades de gestión.
- El perfil psicológico.

Respecto al perfil psicológico se va a correlacionar los rasgos de la personalidad seleccionados con el éxito en los negocios en base a los estudios de Begley y Boyd (1987) que relacionan la necesidad de logro, el control de la situación, la propensión a asumir riesgos, la tolerancia a los cambios con los beneficios de la empresa; Brandstaetter (1997) que relaciona la independencia, la estabilidad emocional y la satisfacción con el trabajo con el éxito del negocio; los de Mehta y Cooper (2000) que relacionan optimismo y la satisfacción con el negocio, con la supervivencia del mismo; y los de Brockhaus (1980) que relaciona la propensión al riesgo con la supervivencia del negocio.

Una vez identificados los posibles factores de éxito, se va a realizar un análisis de regresión entre la variable dependiente planteada (Ingreso del negocio) y esos posibles factores de éxito para verificar o no que haya una asociación estadísticamente significativa. Se llevaron a cabo dos análisis. El primero sobre los dos grupos de mujeres (mayores y menores ingresos) y posteriormente uno global sobre el total de las mujeres entrevistadas en Tanzania.

En el análisis de regresión se revisaron de forma previa los datos, de manera que se obtuvieran de forma descriptiva las principales características de éstos, así como posibles valores perdidos y/o anomalías que pudieran ser importantes para el análisis de regresión realizado a posteriori.

Este análisis de comparación tiene dos tipos de variables: continuas y discretas. La comparación en las variables continuas se realizó a través de pruebas de comparación de medias y/o medianas, mientras que en las variables discretas se realizaron pruebas de asociación en tablas de contingencia.

## **1.9. Limitación del Estudio**

La realización del estudio de campo se prolongó a lo largo de tres años, lo que implicó limitaciones de tiempo y recursos. Aspectos como la selección de la zona de estudio fueron intencionales, tanto por temas de seguridad como por la búsqueda de mercados lo más representativos del sector informal de cada país. Los datos recogidos en cuatro de los países



pueden no ser suficientes para generalizar los resultados en esos países, pero comparados con la muestra de Tanzania sí que nos pueden valer para ver si hay coincidencia de los mismos entre ellos.

El estudio se basa en las opiniones expresadas por las encuestadas, que pueden no estar exentas de su percepción y el sesgo individual, a pesar de los esfuerzos del investigador para conseguir que fueran lo más objetivas posibles. En todas las entrevistas se ha contado con la ayuda de una traductora de la localidad, no sólo para traducir correctamente sus respuestas y comentarios pero también para apreciar los detalles y circunstancias de cada contexto en el que se desenvuelven las mujeres. El hecho de que fueran de la localidad buscaba crear una complicidad entre la traductora y la entrevistada.

La literatura analizada en Burundi, Sudán del Sur y República Centroafricana es escasa, ya que son países que se han vistos afectados por conflictos durante varias décadas y eso ha limitado los estudios realizados en ellos.

## CAPÍTULO 2: LA BASE DE LA PIRÁMIDE

### 2.1. Introducción.

El término “la base de la pirámide” fue utilizado por primera vez por el presidente de Estados Unidos Franklin D. Roosevelt en 1932 en su discurso radiofónico: “El hombre olvidado”. En dicho discurso, pronunció las siguientes palabras: “En estos tiempos tan desafortunados nuestros planes de futuro dependen de los olvidados, las olvidadas pero indispensables unidades de producción que representan las personas olvidadas en la base de la pirámide”. En economía, el término se refiere al grupo socio-económico de las personas más pobres del mundo. La definición de la Base de la Pirámide (BdP) en términos económicos fue recogida por primera vez en el artículo “The Fortune at the Bottom of the Pyramid” (Prahalad y Hart, 2002). En dicho artículo se hacía mención al segmento socio demográfico situado en el estrato inferior de renta de la pirámide de la economía mundial, que estaba compuesto en aquel momento por 4 mil millones de personas con renta anual inferior a 1.5 dólares en paridad de poder adquisitivo. Más tarde, Prahalad (2004) en su libro “The Fortune at the Bottom of the Pyramid” hacía referencia a la Base de la Pirámide cuando se refiere a los 4 mil millones de personas más pobres del mundo que están excluidas o no disfrutaban completamente del acceso al sector privado, incluyendo el acceso a los productos y servicios de las empresas multinacionales.

Allen et al. (2007), estimaron que la Base de la Pirámide representa el 72% de los 5,575 millones de personas registradas en las encuestas nacionales de hogares disponibles en todo el mundo en 2007, siendo la gran mayoría de esas personas de los países en desarrollo de África, Asia, Europa del Este y América Latina y el Caribe.

Las empresas, gobiernos y agencias internacionales deben dejar de ver a las personas pobres como víctimas y empezar a verlos como empresarios creativos y valiosos consumidores. Los beneficios para las multinacionales que decidan dirigirse a cubrir las necesidades de ese mercado son muchos (Prahalad, 2004). Las personas que hoy viven en situación de pobreza son la clase media del mañana. Si se realizan iniciativas para crear nuevos modelos de negocios juntamente con las organizaciones de la sociedad civil y los gobiernos locales, se contribuirá a reducir la pobreza (Prahalad, 2004).

Sin embargo, hay cierta controversia respecto a las propuestas de Prahalad (2004). Autores como Bendell (2005), Walsh (2006), José (2006), Rost y Ydren (2006) dudaban de la eficacia del marketing en la BdP, y Crabtree (2006, 2007) cuestionó el tamaño de la BdP. Karnani (2006) argumentó que no hay riqueza en la base de la pirámide y que el mercado para las multinacionales es muy pequeño. Sugiere también que el único camino para reducir la pobreza es apoyar a las personas pobres para que se conviertan en productores en vez de consumidores. Prahalad publicó un artículo (Brugman y Prahalad, 2007) dando respuesta a Karnani, que dio lugar a un intenso debate recogido en un artículo ese mismo año, llamado “Advancing the Base of Pirámide Debate” (Landrum, 2007).

Simanis y Hart (2005) desde el Centro para la Empresa Global Sostenible de la Universidad de Cornell, propusieron otro enfoque basado en las personas pobres como socios e innovadores en la puesta en marcha de negocios, más que en potenciales consumidores o

productores, siendo estos autores los que han liderado el desarrollo del “Protocolo de la Base de la Pirámide”. Un proceso de emprendimiento que ha guiado a empresas a desarrollar negocios en partenariatado con comunidades de bajos ingresos para co-crear empresas y mercados, que beneficien mutuamente a las empresas y a las comunidades. Este protocolo ha sido adoptado por empresas como SC Johnson o Solae (Simanis y Hart, 2005).

London (2008), se centró en la reducción de la pobreza a través del emprendimiento en la Base de la Pirámide. Creó un módulo de formación para escuelas de negocio, dedicado a hacer entender la Base de la Pirámide. Este autor considera la perspectiva de la Base de la Pirámide como un enfoque único para la reducción de la pobreza a través del mercado. London (2008), desarrolló una herramienta llamada “Base of Pyramid Impact Assesment Framework”, que ofrece un marco exhaustivo para medir el impacto en la reducción de la pobreza de las iniciativas en la Base de la Pirámide. Varias agencias de cooperación y empresas han implementado este marco en países de África, Latino América y Asia (London, 2008).

El enfoque de la BdP se basa en las premisas tanto del capitalismo inclusivo como del valor mutuo. El capitalismo inclusivo lleva el mercado a cuatro mil millones de personas pobres del mundo y les permite participar en estos mercados (Ruvinsky 2011; Prahalad y Hart 2002). También hace que el sector empresarial prospere al involucrar a las comunidades locales en la creación conjunta de modelos de negocios que generan simultáneamente valor económico, social y ambiental (Simanis y Hart, 2005). Valor mutuo significa que las empresas a través de sus negocios, generan valor simultáneamente para ellas mismas, las comunidades locales y las otras partes involucradas (Simanis y Hart, 2005). Este compromiso de una entidad externa con la comunidad para crear valor mutuo, también hace que el enfoque de la BdP sea significativamente diferente de otras iniciativas de política económica (Rosca, 2019).

Desde la publicación del artículo de Prahalad y Hart (2002), el enfoque de la Base de la Pirámide (BdP) ha atraído un interés considerable entre muchos investigadores y profesionales, y ha evolucionado hasta convertirse en un campo de investigación que incluye una amplia gama de modelos de negocio, desarrollados por o en asociación con el sector privado, y diseñados específicamente para los segmentos más pobres de la sociedad, ya sea como consumidores, productores o empresarios (Dembek et al., 2019). El enfoque de la BdP incluso ha llevado a los organismos gubernamentales, organizaciones no gubernamentales (ONG) y organizaciones sin fines de lucro, a cambiar del enfoque tradicional 'basado en la ayuda' para reducir la pobreza, hacia el apoyo a las iniciativas de la BdP a través de políticas y a participar o incluso desarrollar sus propias iniciativas de la BdP (Gardetti, 2006; Halme et al., 2016; Simanis y Milstein, 2012). El discurso sobre el enfoque de la BdP ha evolucionado desde simplemente ver a los pobres como consumidores, conocido como BdP 1.0 (Prahalad y Hart, 2002), a discutir los roles que los pobres pueden jugar como empresarios (incluidos como distribuidores y proveedores) en la BdP 2.0 (Karnani, 2009; Simanis y Hart, 2008). Más recientemente, la literatura en esta área ha incluido una tercera versión del enfoque de la BdP (BdP 3.0), que se basa en los esfuerzos de participación de la población local y en integrar aspectos de sostenibilidad ambiental (Lashitew et al., 2018; Cañeque y Hart, 2015; London, 2016). Hay un mayor impulso de la BdP 3.0 para reconceptualizar la pobreza desde el enfoque más tradicional basado en los ingresos, hacia una comprensión más matizada de su naturaleza compleja y multidimensional (Cañeque y Hart 2015; Yurdakul et al., 2017).

**Tabla número 7. Evolución del Enfoque de la Base de la Pirámide.**

<b>BdP 1.0</b>	<b>BdP 2.0</b>	<b>BdP 3.0</b>
BdP como consumidores	BdP como socios	BdP como pequeños productores
Escucha atenta	Diálogo profundo	Proceso ad hoc, asociaciones y redes intersectoriales
Reducir el precio	Expande la imaginación	Apropiación inmediata de valor por parte de pequeños productores de la base de la pirámide de productos y servicios
Rediseñar el embalaje, ampliar la distribución	Casar capacidades y construir un compromiso compartido	Habilidades y conocimientos compartidos apropiados por los pequeños productores
Relaciones de plena competencia mediadas por ONGs	Relaciones personales directas facilitadas por ONGs	Relaciones directas con grupos de interés por la iniciativa de pequeños productores de la base de la pirámide
"Vender a los pobres"	"Co-aventura empresarial"	"Desarrollo sostenible, modelo de abajo hacia arriba"

Fuente: (Simanis y Hart, 2008) y (Pedrozo, 2015)

Prahalad y Hart (2002) rechazaron la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) como premisa de la base de la pirámide. Su oferta se centró y se alineó con el paradigma tradicional de maximización de ganancias de las empresas multinacionales. Sin embargo, el papel de una organización no es simplemente generar ganancias, sino también actuar como parte esencial de una sociedad inclusiva, lo que significa que las responsabilidades de una organización son para una multitud de partes interesadas, no solo para sus accionistas (Davidson, 2009). Esto no significa que las empresas de la base de la pirámide deban convertirse en iniciativas de RSC (Singh et al., 2014). Más bien, deberían proporcionar una perspectiva múltiple más amplia sobre el valor y la ética, aumentando potencialmente las oportunidades de éxito empresarial (Dembek y Sivasubramaniam, 2019).

Para comprender mejor a los consumidores de la Base de la Pirámide y las posibilidades de reducir la pobreza, estudios previos han examinado las consecuencias psicológicas de la pobreza (Haushofer y Fehr, 2014), los determinantes de las decisiones de compra de los consumidores de la base de la pirámide (Chikweche y Fletcher, 2010), la relación entre el ahorro de dinero y el bienestar (Martin y Hill, 2015), y los efectos a largo plazo de diferentes estrategias de precios (Christensen et al., 2015).

Otros estudios han examinado aspectos del negocio en la Base de la Pirámide, como las capacidades organizativas, las alianzas y las asociaciones (Schaeffers et al., 2018; Van den Waeyenberg y Hens, 2012), el marketing (Reficco y Márquez 2012; Schuster y Holtbrügge 2014), la cadena de suministro y gestión de operaciones (Rosca et al., 2019; Thorpe, 2018; Santos y Laczniak, 2009; Sridharan y Viswanathan, 2008) e innovación (Gebauer et al., 2017).

El aspecto social de las iniciativas empresariales de la Base de la Pirámide se ha abordado de manera menos exhaustiva (Cipolla y Reynoso 2017; Berger y Nakata 2013; Simanis y Hart 2009). Y todavía hay poca evidencia de apoyo y conocimiento sobre los beneficios sociales de las iniciativas comerciales de la base de la pirámide (Martin y Hill 2015; Smith y Pezeshkan 2013; Clyde and Karnani 2015). Además, las empresas luchan visiblemente para abordar con éxito los objetivos comerciales y sociales en la BdP (Fisk et al., 2016; Pitta et al., 2008), y lograr una escala suficiente para transformar el modelo de negocio en una solución necesaria (Rubalcaba et al., 2018; Pirson, 2012).

## 2.2. Los Conceptos clave en la literatura de la Base de la Pirámide

Para la literatura de la BdP es importante el concepto de **las alianzas** con las personas que viven en situación de pobreza. Esta alianza estaría basada en la crítica de un enfoque unidimensional de la pobreza. Prahalad (2005) aboga por un enfoque que se centre en las alianzas con las personas que viven en situación de pobreza, con el fin de promover la innovación y una permanente situación de "ganar-ganar". Una situación de "ganar-ganar" para las personas que viven en situación de pobreza significa, crear productos asequibles que aporten soluciones a problemas reales y se distribuyan fácilmente. Por ejemplo, los productos que se pueden vender en las comunidades generando un ingreso para algunas personas de esa comunidad y al mismo tiempo son estratégicos para las empresas debido al beneficio que obtienen vendiendo esos productos. Por lo tanto, Prahalad (2005) aboga por una salida de la pobreza en la que las personas que viven en situación de pobreza y las empresas toman medidas de manera rentable para vender sus productos y servicios al mismo tiempo. Simani y Duke (2008) amplían esta idea y desarrollan un modelo de estrategias de la BdP de segunda generación, en el que las personas que viven en situación de pobreza son parte en la creación de los negocios. Al llegar a este paso, las personas que viven en la Base de la Pirámide se convierten no sólo en consumidores sino en socios comerciales. La participación de la comunidad local es crucial para el éxito de estos modelos de negocio. Como tal, el enfoque de la BdP mezcla negocios y modelos antropológicos sociales para crear nuevos negocios en colaboración con las personas que viven en la Base de la Pirámide (Lashitew et al., 2018; Hart y Sharma, 2004).

La definición de alianza incluye la idea de cooperación y confianza mutua entre los diferentes actores, que pueden contribuir con diferentes recursos a un proyecto conjunto (McQuaid, 2000). La confianza es igualmente importante para todo tipo de asociaciones en la Base de la Pirámide. A menudo, la confianza puede entenderse como el resultado de una relación a largo plazo y un proceso prolongado (Lewis, 1998). Esta relación a largo plazo no la disfrutaban las empresas que operan en la BdP, por lo que la inclusión de ONGs que trabajen en esas comunidades pueden compensar esa falta de confianza por parte de las personas que viven en

situación de pobreza (Reficco y Gutierrez, 2016).

La liberalización de los mercados está forzando a las empresas y ONGs a trabajar juntos para establecer modelos de negocios con éxito en la BdP (Brugman y Prahalat, 2007). Sólo con esfuerzos conjuntos, serán capaces de desarrollar modelos de negocio que transformarán las organizaciones y las vidas de las personas que viven en situación de pobreza. Las asociaciones entre las empresas y las ONGs, tienen como objetivo reunir sus distintas capacidades: las ONG tienen conocimiento local y reciben confianza de la sociedad; las empresas cuentan con conocimientos específicos sobre productos y proyectos.

Cuando nos referimos a alianzas, no sólo nos referimos a las establecidas entre las empresas del sector privado, las ONGs y las personas en la BdP, sino también las alianzas con agencias gubernamentales y otro tipo de empresas (Dasgupta y Hart, 2017). Los autores enfatizan que, particularmente las empresas que trabajan en conjunto con socios no corporativos con experiencia en infraestructura social y legitimidad local, fueron más exitosas en el establecimiento de negocios en la BdP. Estos autores encontraron evidencias sobre que la mayoría de las empresas que fracasaron en el mercado de la Base de la Pirámide, casi no tenían contacto con ONGs y agencias gubernamentales. Esto hace, según ellos, que las alianzas en el segmento de mercado de la Base de la Pirámide sean necesarias para la supervivencia (Dasgupta y Hart, 2017).

Las alianzas con gobiernos, corporaciones nacionales y grupos empresariales han sido ampliamente discutidas en la literatura sobre internacionalización, como una forma de reducir el riesgo de entrar en un mercado nuevo y extranjero (Ricart et al., 2004). Sin embargo, la asociación con las ONGs, tal como se propone en la bibliografía de la Base de la Pirámide, es menos frecuente, así como la formación de diversas alianzas para diseñar un modo de entrada prometedor en los mercados de la BdP (Webb et al., 2010). El modelo de negocio global en la literatura de la BdP se entiende así como una co-creación entre una diversidad de socios (Reficco y Marquez, 2012; Brugmann y Prahalad, 2007). De hecho, la idea de un proyecto en la Base de la Pirámide implica una asociación mutuamente beneficiosa establecida entre los empresarios que operan en la BdP y las organizaciones locales, las ONGs y la gente local (Lashitew et al., 2018).

**La innovación** es un segundo concepto que juega un papel importante en el análisis de la BdP. El mercado ofrece potenciales de crecimiento e innovación. Pero para ello, los académicos ven la necesidad de un enfoque innovador para que una empresa funcione con éxito en él. Los problemas y las circunstancias en la BdP requieren que las empresas cambien su visión y adopten un enfoque más adaptado a las necesidades de las personas (Mendoza y Thelen, 2008). Sobre la base de este argumento, Dasgupta y Hart (2017) enfatizan que con el fin de gestionar la innovación de productos y servicios que se ajusten a las necesidades de las personas en la BdP correctamente, las empresas tienen que desarrollar una capacidad global de integración social. Esta integración social es necesaria para aprovechar el aprendizaje desde la base. Esto subraya la idea de que el conocimiento está disponible en las comunidades pero que tiene que ser captado y desarrollado para este mercado.

Existen buenas razones para abogar por la inserción social, como medio para poder crear nuevos conocimientos en la BdP, que puedan conducir a innovaciones apropiadas (Varadarajan, 2014).

Otro concepto importante en esta literatura es **la pobreza**. Prahalad (2005) argumentó que las estrategias de la Base de la Pirámide aumentarán el interés sobre la reducción de la pobreza, a través de proyectos de negocios para fabricantes de gran escala y pequeñas empresas locales. La visión innovadora que las estrategias de la BdP pueden proporcionar sobre el alivio de la pobreza, no se basa en soluciones importadas del mundo desarrollado sino de enfoques desarrollados en la misma (World Economic Forum/Boston Consulting Group, 2009).

El modelo de negocio propuesto en el enfoque de la BdP enfatiza la participación de la comunidad local. En el mejor de los casos, las empresas se crean con las personas que viven en situación de pobreza (Brugmann y Prahalad, 2007). Este principio de co-creación conduce a una comprensión profunda del contexto local y distingue la perspectiva de la Base de la Pirámide de las típicas estrategias empresariales y de desarrollo. En lugar de utilizar un enfoque unidireccional de arriba hacia abajo, las estrategias de la BdP combinan el enfoque ascendente con el enfoque descendente en el desarrollo. De esta manera, las empresas y las personas en la BdP se encuentran mutuamente a la par (Tasavori et al., 2015).

El aumento de la actividad empresarial en la Base de la Pirámide, permitirá reducir la brecha entre los ricos y las personas que viven en situación de pobreza, mediante su participación en la economía de mercado y la eliminación del mercado informal. El comercio a nivel de la BdP, a menudo se lleva a cabo de acuerdo con reglas específicas establecidas por los líderes locales. Cuando el comercio libre y transparente aumente, este colectivo se beneficiará de un capitalismo inclusivo (World Economic Forum/Boston Consulting Group, 2009b).

London (2009) enfatiza la idea de que alguien tiene que mirar el cuadro completo del impacto local de una empresa en la BdP a corto y a largo plazo, para determinar su efecto en el alivio de la pobreza. Sostiene que las empresas de este sector pueden afectar al comprador de los productos, a la propia comunidad y a los vendedores, si la cadena de distribución se construye con personas de la BdP.

El efecto puede entonces tener lugar en tres lugares distintos. En primer lugar, el emprendimiento puede influir en la situación económica, aumentar los ingresos y el nivel de bienestar de las personas en la BdP, ofreciendo productos más baratos, acceso a servicios y oportunidades de empleo. En segundo lugar, la empresa puede apoyar la construcción de capacidades locales como la salud, la educación y la autoestima. Los emprendimientos pueden afectar el nivel de conocimiento mediante la formación y la educación, por ejemplo, y pueden aumentar el nivel de salud de las personas al ofrecer un determinado producto o servicio para responder a problemas relacionados con la salud. En tercer lugar, la empresa puede tener un impacto en las relaciones entre las personas, ayudando a individuos y comunidades a desarrollar nuevas asociaciones y acceso a nuevas redes para resolver la exclusión social y el aislamiento geográfico (London, 2009). Las empresas también pueden cambiar la relación modificando las opiniones de las personas sobre género, etnia y cultura (Bl t hner y Vierck, 2009).

Aunque el enfoque de la BdP contribuye a la mitigación de la pobreza (Tate et al., 2018), la eficacia de la perspectiva varía según las distintas realidades socioeconómicas, culturales y políticas, no sólo entre países, sino también dentro de los países. Este enfoque de la BdP no debe ser visto como una sustitución de otros enfoques de reducción de la pobreza, sino como complementario (Baier y Hamel, 2018).

### **2.3 Caracterización del mercado de la Base de la Pirámide (BdP).**

La BdP representa un mercado de 5 trillones de dólares, de los cuales 125 billones proceden del África Subsahariana (World Bank, 2019). Sin embargo, hay todavía 821 millones de consumidores en la Base de la Pirámide que no están formando parte del mercado actual (World Data Lab, 2019; World Resources Institute, 2019).

Las personas que viven en los mercados de la BdP se enfrentan a muchos problemas asociados con la pobreza. Estos problemas incluyen tanto problemas crónicos como el hambre, las enfermedades y el analfabetismo, como también crisis agudas, como las causadas por tsunamis, terremotos y otros desastres (Hudnut, 2008; Collier, 2007).

Para entender el mercado de la BdP, necesitamos entender sus principales fuentes de ingresos y de gastos. En cuanto a los ingresos, una cuestión clave es la informalidad. El 61% de la mano de obra en el mundo opera en la economía informal y sube hasta el 90% en los países en desarrollo, lo que sugiere que la mayoría de los medios de subsistencia de la Base de la Pirámide provienen del autoempleo o del trabajo en empresas informales (Bonnet et al., 2019). En África la mayoría de los empleados pertenecen al sector informal (85.8 %), así como en Asia y Pacífico (68.2 %) y en los países árabes (68.6 %). Estos porcentajes bajan en América Latina y Caribe (40.0 %), en Europa y Asia Central (25.1 %) y en América del Norte (15%) (ILO, 2018).

Otra fuente importante de ingresos para muchos hogares de la BdP son las remesas de miembros de la familia que trabajan en el extranjero, gran parte de las cuales viajan por canales informales (Ratha et al., 2019). En 2019, las remesas hacia los países de Ingresos Medios y Bajos alcanzaron los 550 billones de dólares. Esta cantidad fue mayor que toda la ayuda directa al desarrollo dirigida a estos países en ese periodo (Ratha et al., 2019).

En cuanto a los principales gastos de la familia en la BdP, a raíz del análisis realizado por el Banco Mundial a través del Programa de Comparación Internacional, podemos ver que, para la atención de la salud, más de la mitad del gasto de la BdP se destina a los productos farmacéuticos y representa menos del 1% del gasto mundial en salud (World Bank, 2019). Pero el gasto, especialmente para la atención de la salud, también depende del acceso a los servicios. Los viajes a un hospital o a una clínica de salud pueden costar más en efectivo o en salarios perdidos que el servicio en sí (Niens y Brower, 2013; Banerjee y Duflo, 2006). En África, los mercados de salud de la BdP urbana y rural son de tamaño comparable, aunque las áreas rurales generalmente representan una mayor proporción de esta población (Roser y Ortiz-Ospina, 2013). La primera respuesta a la enfermedad en muchos hogares de la BdP, especialmente en los segmentos de bajos ingresos, tiende a ser la automedicación. Por lo tanto, las farmacias u otras fuentes de medicamentos son a menudo la primera línea de



atención de la salud, especialmente en las zonas rurales donde el acceso a clínicas y hospitales puede ser limitado (Muthuri y Farhoud, 2020). Dentro del fuerte gasto de este colectivo en productos farmacéuticos destaca la importancia de los sistemas de distribución de medicamentos y del control de calidad, ya que los medicamentos falsificados son un problema en muchos países en desarrollo, especialmente en África (Allen et al., 2007).

Muchos hogares de la BdP no pagan en efectivo por el agua: en África el agua superficial es la fuente primaria del 17% de estos hogares y los pozos no protegidos son la fuente primaria de porcentajes relativamente grandes en algunos países del continente (Howell et al., 2019). En los hogares de la BdP se concentra el 16% de la población mundial que tiene acceso básico a agua potable, el 6% que no tiene acceso seguro al agua y el 3,6% que tiene acceso limitado a la misma (Ritchie y Roser, 2021). La población obtiene agua de muchas maneras. Algunos la recogen sin "costo" (aparte del considerable costo de su trabajo) de arroyos u otras fuentes superficiales, o de pozos o pozos de agua comunitarios (Vásquez, 2017). Otros deben pagar por ello. Los pagos a grandes sistemas de agua urbanos dominan el gasto registrado de los hogares en agua (Cook et al., 2016). Pero los hogares también compran agua a vendedores y sistemas de agua comunitarios a pequeña escala y pagan por servicios de punto de uso, como la purificación del agua (Workalemahu, 2021)

Los mercados de agua de la BdP tienden a ser predominantemente urbanos y son los más dependientes de las aguas superficiales (Kariuki y Schwartz, 2005). En África, los mercados de agua más densamente urbanos de la BdP se encuentran en Djibouti, Gabón, Ruanda y Sierra Leona, donde el gasto urbano representa más del 90% del total (Adams et al., 2019). Existe una opinión generalizada de que la BdP sufre una penalización significativa en el acceso a agua potable (Cook et al, 2016; Banerjee y Duflo, 2006).

El gasto en tecnología de la información y comunicación (TIC) y la propiedad de la telefonía son significativamente más bajos entre los hogares rurales de la BdP que entre los hogares rurales de mercado medio y urbano (Roser y Ortiz-Ospina, 2013). En 2020, 940 millones de personas que pertenecían a los hogares de la BdP carecían de acceso a la electricidad, en total un 16% de la población mundial<sup>2</sup>. La leña es el combustible de cocción dominante entre los segmentos de ingresos de la BdP más bajos. Mientras que el propano u otros combustibles modernos son dominantes entre los segmentos más altos de la BdP y en las áreas urbanas (Ritchie y Roser, 2021).

En cuanto al transporte, el alto coste provoca que no puedan acceder al mismo. Esto es un obstáculo constante para buscar trabajo, conseguir mercancías hacia o desde los mercados, o para obtener atención médica. Con demasiada frecuencia los sistemas de transporte público en los países en vías de desarrollo están deteriorados o son inexistentes, y los costos de poseer un vehículo privado son prohibitivos. Eso deja pocas opciones: caminar, montar en bicicleta, carros tirados por animales, minibuses u otros servicios informales (Cervero, 2013).

Bajo estas circunstancias, la gente no puede alcanzar fácilmente su potencial económico. Y a veces, especialmente en las zonas rurales, se aplaza la búsqueda de atención médica o el envío de niños a la escuela debido al alto costo o largas horas en llegar a estos

---

<sup>2</sup> <http://data.worldbank.org/data-catalog/world-development-indicators>

emplazamientos. En las zonas urbanas, el estancamiento y la contaminación imponen un peaje adicional. La planificación deliberada del transporte que involucra a múltiples partes interesadas, es una ruta prometedora hacia la creación de mejores opciones de transporte urbano (World Bank, 2012; Dhingra, 2011).

Los sistemas de distribución y entrega de mercancías, operan bajo diferentes limitaciones que los sistemas de transporte público, pero éstos también contribuyen a las barreras económicas que enfrenta la BdP ya sea por su ausencia o por el elevado coste de los mismos (Kumar, 2011).

En cuanto a la vivienda, esta es uno de los mayores mercados de la BdP. El mercado abarca los principales ítems de gasto (alquiler, hipoteca, reparaciones y otros servicios). Sin embargo, el mercado de la vivienda para este colectivo está excepcionalmente perjudicado por la informalidad. Tanto la falta de título legal de la vivienda, en los asentamientos de ocupantes ilegales, como la falta de acceso a la financiación limitan su tamaño potencial (Arnott, 2008).

El gasto de este colectivo en vivienda refleja una demanda consistentemente fuerte: la gente está dispuesta a gastar una parte bastante constante de sus ingresos en su hogar. En los países asiáticos y africanos, los mercados de la vivienda suelen ser predominantemente rurales (Ward, 2012).

Para muchos hogares de la BdP, su vivienda y la tierra en la que se sienta es su capital principal. Cuando carecen del título formal de ese activo, o cuando deben lidiar con mercados de tierras ineficaces o barreras para transferir el título, la vivienda se convierte en capital muerto (De Soto, 2000). Bajo estas circunstancias, los hogares de la Base de la Pirámide enfrentan una penalización significativa, una que frena artificialmente su poder adquisitivo potencial y, a menudo, su acceso a los servicios. El problema se extiende a la multitud de empresas de la economía informal. Estas empresas, que operan fuera del sistema legal formal, no pueden fácilmente apalancar sus activos en capital de trabajo (Adabre et al., 2021). El capital muerto atrapado en casas y negocios es enorme: un estudio en 2006 mostró que las propiedades y negocios informales en sólo 12 países latinoamericanos valen 1,2 billones de dólares norteamericanos (IDB, 2006).

En cuanto al gasto en energía, en los hogares de la BdP dedican un promedio del 9% de sus gastos a la energía. Las diferencias en el acceso a la electricidad entre las zonas rurales y urbanas crean diferentes patrones de gasto energético (Allen et al., 2007). La falta de energía limpia y asequible es parte de la trampa de la pobreza. El costo más alto de los dispositivos, ineficiente uso de energía y la falta de acceso a fuentes de energía modernas como la electricidad se convierten parte del costo adicional de ser pobre en la Base de la Pirámide (Sovacool, 2012).

En África, Asia y América Latina, la leña es la principal fuente de combustible utilizada para cocinar en los grupos de menores ingresos de la BdP. Para la iluminación, el queroseno es la fuente de combustible predominante en los grupos de ingresos más bajos de la BdP en África y Asia. La electricidad reemplaza al queroseno en el segmento de mercado medio (Kaygusuz, 2012). Los mercados de energía de la BdP en África, con un 55% de población urbana,

mantienen una división más o menos uniforme entre las zonas urbanas y rurales. Sin embargo, en los hogares rurales gastan sólo un tercio en energía en comparación con sus contrapartes urbanas (Gatto y Drago, 2021).

Los ingresos están claramente relacionados con el acceso a la energía y con el tipo de fuente de energía utilizada para diferentes fines. La BdP tiene consistentemente menos acceso a la electricidad que el segmento de mercado medio. Y el acceso aumenta a medida que aumentan los ingresos. Las zonas rurales muestran una mayor y más persistente penalización en el acceso a la electricidad entre los grupos de ingresos más bajos, pero en cualquier grupo de ingresos el acceso es invariablemente más bajo en las zonas rurales que en las urbanas (Gatto y Drago, 2021).

África ha reducido las tasas de acceso a la electricidad. Gabón tiene la mayor proporción de hogares de la BdP con acceso, con un 54%. Pero sólo el 16% de todos los hogares de la BdP en Sierra Leona tienen acceso a electricidad y menos del 10% en Burkina Faso, Malawi, Ruanda y Uganda. La situación es más extrema en las zonas rurales de África: la proporción de hogares de la BdP con acceso a la electricidad en las zonas rurales es sólo una quinta parte que en las zonas urbanas (Boqiang y Okyere, 2021).

La alimentación es el gasto principal de los hogares de la BdP. No obstante, poner comida en la mesa es una lucha constante para muchos hogares de la BdP. La compra de alimentos toma más de la mitad de los presupuestos de hogares de la BdP en muchos países, especialmente en África y Asia (Banerjee y Duflo, 2006). A medida que aumentan los ingresos, disminuye el porcentaje de los ingresos que los hogares gastan en alimentos. Sin embargo, los alimentos representan la mayor proporción del gasto en los hogares de la BdP y el mayor mercado (Afshin et al., 2017).

El gasto de los hogares en alimentos aumenta más despacio que los ingresos. Este patrón probablemente refleja el simple hecho de que incluso en los segmentos más bajos, los hogares deben gastar una cantidad mínima para asegurar la supervivencia (FAO, IFAD, UNICEF, WFP and WHO, 2020).

En África, el mercado alimentario de la BdP es predominantemente rural. Este es 1,6 veces más grande que el urbano. Este mercado necesita mejorar la productividad de los agricultores y fortalecer las cadenas de suministro de alimentos. A pesar de que los mercados de alimentos rurales en su mayoría son más grandes, en promedio los hogares de la BdP urbanos gastan más en alimentos que en los rurales (Masters y otros, 2018).

Por último, en cuanto al acceso de los servicios y productos financieros, actualmente muchas instituciones de microfinanzas ofrecen ahorros y microcréditos. Los bancos comerciales se están volviendo activos en el mercado y ofrecen una gama amplia de servicios, incluidos los seguros. La banca por teléfono móvil, aún en una etapa temprana, promete ampliar drásticamente el acceso y reducir los costos de transacción (Demirgüç-Kunt et al., 2020). Las remesas a los hogares de la BdP de miembros de su familia en el extranjero han surgido como un flujo financiero transfronterizo significativo, trayendo nueva atención y nuevas formas de promover el crecimiento económico (Castello y Boike, 2013).

A medida que estos cambios expanden el acceso a los servicios financieros para la BdP, los efectos pueden medirse de muchas maneras, no sólo en el volumen o el valor en dólares de las transacciones:

- Nuevos empleos e ingresos. Nuevos tipos de servicios financieros, proporcionados a través de sistemas de telefonía móvil, están generando nuevos empleos e ingresos para millones de pequeños empresarios (Chu, 2018).
- Identidad formal. Establecer una relación bancaria le da a la gente una identidad formal, de la que a menudo carecían antes, contribuyendo al proceso de inclusión política y social, crítico para el desarrollo.
- Mayor seguridad personal. El dinero en efectivo es una carga para los pobres, haciéndolos vulnerables a la delincuencia. Dejando de lado la necesidad de llevar mucho dinero en efectivo, servicios tales como tarjetas de débito y acceso basado en teléfonos móviles a dinero en efectivo y facilidades para pagar facturas mejoran la seguridad personal y la calidad de vida (Vodafone, 2005).
- Más educación para la infancia. En las familias de Bangladesh que son clientes del Grameen Bank, casi todas las niñas están en la escuela, en comparación con sólo el 60% en las familias no clientes (Pomi, 2019).
- Mejora en la atención para la salud. En Filipinas, la Cooperativa Barbaza (BMPC) vincula sus microcréditos con programas de salud (Aranas et al., 2020).
- Empoderamiento económico de las mujeres. En la India, las prestatarias del SEWA Bank, han organizado sindicatos para presionar por salarios más altos y más derechos como miembros de la Asociación de Mujeres Trabajadoras Autónomas (Colovic y Mehrotra, 2020).

A través de estos efectos y muchos más, los servicios financieros desempeñan un papel fundamental en la reducción de la pobreza y en la mejora del acceso de la BdP a los bienes y servicios.

Al mismo tiempo que los bancos están descubriendo que la BdP quiere y necesita acceso completo a los servicios financieros, los analistas del sector financiero están descubriendo que los fondos que entran y salen de la BdP son mucho mayores de lo que se pensaba (Gradstein et al., 2021).

## **2.4 La iniciativa empresarial en la Base de la Pirámide**

En este período de globalización del comercio mundial, se asigna un papel cada vez más importante al sector privado en muchos países en desarrollo. En paralelo, y como parte de este cambio, ha surgido el sector de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMEs) como un componente significativo en el desarrollo económico y el empleo (Richardson et al., 2004). En muchos países este sector, con sus componentes formales e informales, se ha visto

cada vez más como un medio para generar oportunidades de empleo significativas y sostenibles, particularmente para quienes están al margen de la economía: las mujeres, los pobres y las personas con discapacidad (ILO, 2002b). Una característica de las MIPYMEs que contrasta con la de las empresas más grandes es la relativa mayor presencia de mujeres como propietarias de empresas (ILO, 2018).

Las microempresas del sector privado en la BdP siempre se han enfrentado a dos grandes retos estructurales en los países en desarrollo (Acheampong y Esposito, 2014): operar en el sector informal y enfrentar importantes barreras en su crecimiento.

En primer lugar, casi todas las microempresas operan fuera del sistema legal formal, contribuyendo a la generalización de la informalidad. La informalidad proporciona algunos beneficios en algunas circunstancias (ILO, 2018):

- Puede actuar como una forma de sustitución del empleo para los trabajadores que tienen dificultades en encontrar trabajo.
- En sociedades que limitan el papel económico de las mujeres, las empresas informales proporcionan a las mujeres oportunidades de ganar dinero.
- Si las normas formales, los sistemas y condicionantes culturales en un país son tan restrictivos que la mayoría de empresarios no pueden poner en marcha sus negocios, la economía puede funcionar informalmente.

El número de empresas que operan informalmente y que logran el acceso a la legalidad y sus beneficios es muy limitado. En general, la legislación formal que vela por hacer cumplir los contratos y protege los derechos de la propiedad, trabaja de manera más justa que los sistemas que operan en la informalidad. Para que los microempresarios puedan llevar a cabo inversiones a largo plazo que les permitan innovar y desarrollar sus empresas, necesitan de reglas y mecanismos de resolución de conflictos predecibles (Ulyssea, 2020).

Los derechos de los trabajadores en el sector informal no están protegidos como en el sector formal. Y los consumidores sólo tienen acceso a bienes de mala calidad y sin garantías de sanidad, unido a la limitada variedad de productos y con precios, a menudo, superiores a los del mercado formal (Bruhn y McKenzie, 2014).

Hay muchas limitaciones para entrar en el sector formal. En la mayoría de los países en desarrollo es caro ser formal. Los empresarios formales están a menudo sobrecargados de impuestos, ya que, al ser muy pocas las compañías formales, llevan la mayor parte del peso fiscal. Registrar una empresa puede ser una tarea larga y costosa (World Bank, 2020). Las regulaciones y los requerimientos gubernamentales son complejos y los costos de cumplimiento de los mismos son altos (De Giorgi et al., 2018). Las oportunidades de soborno aumentan con la complejidad de las regulaciones, exponiendo a los pequeños actores que carecen de recursos legales para defenderse (Choi y Rum, 2005; Dreher y Schneider, 2010).

Mientras que las empresas formales en los países desarrollados pueden recaudar capital hipotecando sus activos, a menudo esto no es posible en muchos países en desarrollo, donde

las leyes hipotecarias son débiles y los bancos se muestran reacios a financiar a pequeños empresarios (Canh y Ranh, 2020).

En teoría, ser formal facilitaría la venta más allá de las fronteras geográficas, pero la deficiente infraestructura local y el abuso en las tasas aduaneras limitan las oportunidades. Además, las leyes de quiebra, que protegen a los empresarios formales en los países desarrollados, suelen ser ineficaces en los países en desarrollo, exponiendo a los empresarios formales a riesgos aún mayores (debido a una mayor visibilidad) (Mason et al., 2017).

Respecto al tamaño de las empresas, las MIPYMEs tienden a ser motores de la creación de empleo: semilleros para la innovación y el emprendimiento. Las nuevas empresas aumentan la competencia, y pueden aumentar la eficiencia, el crecimiento y conducir al desarrollo económico (Elgin y Öztunali, 2012). De hecho, investigaciones recientes indican que el crecimiento económico en los países, se acompaña de un crecimiento más que proporcional de la participación del sector formal de las pequeñas y medianas empresas (Williams y Schneider, 2016).

La realidad en muchos países pobres, especialmente en el África subsahariana, es que el sector de las micro, pequeñas y medianas empresas es relativamente marginal en el ecosistema doméstico. Las MIPYMEs no son capaces de "graduarse" en las filas de las grandes empresas. Para que esta evolución sea posible, es esencial que exista un terreno de juego razonablemente equitativo y estructuras institucionales de apoyo a los nuevos empresarios (Ndedi, 2009).

La informalidad y la falta de conocimientos también afectan a la capacidad de los micro empresarios para ampliar sus negocios. A eso también se une una productividad baja, ya que utilizan tecnologías antiguas o emplean métodos de trabajo ineficaces (Nguimkeu y Okou, 2019).

En cuanto las barreras, una de las principales es la dificultad para obtener financiación por parte de los microempresarios en la BdP de los países en desarrollo. No pueden acudir al mercado formal a pedir un préstamo porque carecen de títulos de propiedad legales sobre sus empresas o sobre sus activos. Con frecuencia, la única opción es el acceso al capital a través de usureros que cobran tasas de interés abusivas (Mason et al., 2017; Lacalle-Calderon et al., 2015).

Las reglas que limitan la entrada al mercado, tienen un efecto devastador en las MIPYMEs que no pueden competir con las grandes empresas establecidas. Las MIPYMEs a veces pueden competir eficazmente en algunos nichos de mercado, pero las ventajas existentes para los grandes actores decantan finalmente la competencia hacia estas. Sin unos costes de acceso a la formalidad razonables, que sólo existen en un sistema de competencia más justo, las empresas no pueden crecer y ser más productivas. Las leyes fiscales ineficaces o arbitrarias, las onerosas regulaciones empresariales y otras restricciones las penalizan (De Giorgi et al., 2018).

Los servicios empresariales que reciben las grandes empresas son muy caros para las pequeñas y medianas empresas y a menudo no están en sintonía con sus necesidades.

Además, lo más importante, es que las MIPYMEs carecen de acceso a financiación y capital a largo plazo, la base sobre la cual se construyen las empresas. Existen altos riesgos asociados a las micro, pequeñas y medianas empresas, ya sean reales o percibidos, que necesitan de instrumentos financieros que gestionen y diversifiquen el riesgo (Farazi, 2014).

Los bancos se enfrentan a altos costes, o simplemente es imposible para ellos evaluar el riesgo crediticio de las pequeñas y medianas empresas, lo que les lleva, a quedarse fuera del mercado formal del crédito.

## **2.5 Conclusión**

Darse cuenta de las necesidades insatisfechas de la población de la Base de la Pirámide es esencial para aumentar el bienestar, la productividad y los ingresos, a fin de permitir a estos hogares encontrar su propia ruta para salir de la pobreza. La participación de la Base de la Pirámide en la economía formal debe ser una parte crítica de cualquier estrategia de crecimiento generadora de riqueza e inclusiva. Y la eliminación de las barreras, aumentará el ingreso efectivo para la BdP. Además, abordar las barreras de la Base de la Pirámide también puede crear importantes oportunidades de mercado para las empresas.

Los enfoques tradicionales sobre la reducción de la pobreza a menudo se centran en las personas de la BdP, partiendo de la suposición de que son incapaces de ayudarse a sí mismos y, por lo tanto, necesitan la caridad o la asistencia pública. El enfoque basado en el mercado para la reducción de la pobreza puede ayudar a enmarcar el debate sobre la reducción de la pobreza más en términos de permitir oportunidades y menos en términos de ayuda (Alfonso-Gil y Lacalle-Calderon, 2020). Un enfoque basado en el mercado parte del reconocimiento de que ser pobre no elimina el comercio y los procesos de mercado: virtualmente todos los hogares pobres comercian con dinero o mano de obra para satisfacer una parte significativa de sus necesidades básicas. Este enfoque además se centra en las personas como consumidores y productores, y en soluciones que pueden hacer que los mercados de la BdP sean más eficientes, competitivos e inclusivos, para que las personas puedan beneficiarse de ellos.

## **CAPÍTULO TERCERO: LA INICIATIVA EMPRESARIAL DE LAS MUJERES EN LA BASE DE LA PIRÁMIDE.**

### **3.1 Introducción**

Distintos estudios en los últimos años, han dejado claro que las mujeres juegan un rol importante en la contribución al desarrollo económico global. Cuando la desigualdad entre hombres y mujeres se reduce, las economías crecen más rápido, menos personas permanecen en la pobreza y el bienestar general aumenta (IMF, 2021; Duflo, 2012; De Pleijt et al., 2019). Elevar el empleo femenino a niveles masculinos puede tener un impacto directo en las tasas de crecimiento del PIB, aumentando hasta en un 34% en algunos países, aumentando la productividad de los países hasta en un 25%, si se eliminan las barreras discriminatorias para las mujeres (Woetzel et al., 2015).

Sin embargo, el impacto del empoderamiento económico de las mujeres va más allá de esto. Las mujeres tienen más probabilidades que los hombres de invertir una gran proporción de sus ingresos familiares en la educación y el bienestar de sus hijos (Lacalle-Calderón et al., 2008). Cuando las mujeres están facultadas para generar un ingreso, acumular activos y aumentar su seguridad económica, mejoran la capacidad industrial y estimulan el crecimiento económico mediante la creación de nuevos puestos de trabajo, así como a través de la ampliación del conjunto de recursos humanos y talentos disponibles en un país (UN Women, 2019).

Cada vez se reconoce más que las mujeres empresarias son los nuevos motores para una industria inclusiva, un crecimiento sostenible, y son actores importantes de las economías en los países en desarrollo (Romelli et al., 2017). En 2012, el Foro Económico Mundial identificó a las mujeres empresarias como "el camino a seguir" (World Economic Forum, 2012). Sin embargo, a pesar de esto, las mujeres empresarias todavía luchan por ocupar el lugar que les corresponde en la vida económica. Aunque cada vez más mujeres están comenzando empresas a nivel mundial, todavía manejan menos negocios que los hombres, y dirigen negocios que están en sectores menos rentables, que crecen más lentamente y, en última instancia, es más probable que fracasen (GEM, 2017).

Estas brechas de género imponen costos reales a la sociedad. Cuando las mujeres no participan por igual en el emprendimiento, las economías pierden los beneficios que, de otro modo serían provistos por nuevos productos y servicios, ingresos adicionales y nuevos empleos. Las economías también pierden debido a los efectos negativos, a largo plazo, que ocurren cuando la mitad del grupo potencial del trabajo no está desarrollado. Las claras consecuencias de la marginación económica de las mujeres enfatizan aún más la necesidad acuciante de la igualdad de género y el empoderamiento económico de las mujeres (UNIDO, 2014).



### 3.2 Contextualización del concepto de emprendimiento

Aunque la literatura sobre el emprendimiento es amplia, gran parte tiene sus raíces en Europa y otras culturas occidentales. Una de las principales preguntas es qué forma ha adoptado este tema en África.

El emprendimiento es un componente esencial del proceso de desarrollo económico. Joseph Schumpeter (1934) describe el emprendimiento como el proceso de crear nuevas combinaciones de factores para producir crecimiento económico. Los empresarios introducen el cambio, que es fundamental para el crecimiento económico, y que da como resultado un aumento de la producción. El espíritu emprendedor transmite la noción de que algo especial está sucediendo, algo que agrega más al proceso de producción del que se obtiene simplemente administrándolo (Gartner, 2016).

Los emprendedores schumpeterianos son individuos que poseen la capacidad de visualizar las posibilidades de ganancias en productos, organizaciones, métodos y mercados nuevos, y superar los obstáculos que pueden obstaculizar la realización de nuevas cosas (Parker, 2009). Schumpeter (1934) convirtió al emprendedor en el punto focal y la clave de la dinámica del desarrollo económico y el crecimiento. Son los empresarios quienes elaboran nuevas combinaciones y cuyas acciones tienen consecuencias sobre la base de sus habilidades organizativas, su creatividad como tomadores de decisiones y las "estructuras de oportunidad" distintivas (los entornos, circunstancias o situaciones en las que se toman las decisiones y elecciones) (Jones y Spicer, 2009). La idea de Schumpeter de que el empresario funciona principalmente como creador de innovaciones en el proceso de producción, ha influido en gran parte de la literatura sobre el emprendimiento en las economías desarrolladas (McCraw, 2007).

Muchos autores consideran la innovación como la principal característica del emprendimiento, que definen como la introducción de nuevos productos, la implementación de nuevas técnicas de producción, la búsqueda de nuevas fuentes o materias primas y el descubrimiento de nuevos mercados (Davidson, 2008). Como innovadores, los empresarios proporcionan nuevos suministros en respuesta a la demanda observada, y crean demanda con nuevos productos y procesos, con materiales y mercados, y con canales de distribución (Chilsehe, 1992).

Además, entre las muchas decisiones y acciones en las que los propietarios de negocios participan diariamente para mantener o expandir sus operaciones, se pueden incluir acciones normales que pueden considerarse innovaciones "no anunciadas" (Ali et al., 2019). Y en algunos casos, lo viejo puede ser más valioso para los emprendedores en ciernes. El conocimiento de los métodos utilizados por los propietarios de negocios experimentados puede ser útil para aquellos que comienzan. Los emprendedores pueden aprender por observación o inspiración de los demás. No necesitan reinventar la rueda, y dado que la novedad de la innovación proporciona la ventaja competitiva más importante... la innovación

puede ser algo tan simple como la cortesía, la amabilidad y la ayuda para los clientes potenciales (Aulet y Murray, 2013).

Los elementos de la asunción de riesgos también son un aspecto de la iniciativa empresarial. Un emprendedor es una persona con ciertas características únicas, capaces de organizar y administrar emprendimientos comerciales que implican riesgos considerables (Shadbolt, 2016). De esta manera, se convierten en los principales pilares sobre los que puede basarse la internalización de la economía de un país utilizando su dotación de recursos naturales (Chilsehe, 1992). Los empresarios pueden controlar los medios de producción y tienen la capacidad de actuar como intermediarios entre la oferta y la demanda.

Los emprendedores exhiben en los momentos más oportunos, la capacidad necesaria al iniciar, conceptualizar y gestionar los cambios requeridos cuando otros aún no han podido hacerlo. Proporcionan un elemento esencial para el progreso socioeconómico, y a menudo se describen como aventureros, innovadores y arriesgados (Bornstein, 2007). Los empresarios individuales crean un considerable impacto colectivo para la sociedad en su conjunto. Los empresarios toman decisiones, y los patrones más grandes de cambio se reflejan como los agregados de esas elecciones (Landa, 1991).

Aunque el espíritu empresarial, como un elemento de crecimiento económico, se postuló en el siglo XVIII, en gran parte estuvo ausente del pensamiento económico a lo largo del siglo XIX, que se centró en dos factores: la acumulación de capital y el trabajo (Tyagarajan, 1959). En el siglo XX, Schumpeter reintrodujo el concepto de que el emprendimiento es un factor primario en el desarrollo económico y el crecimiento. Sin embargo, la premisa neoclásica prevaleciente es que el crecimiento económico ocurre durante el proceso de lograr y mantener un estado de equilibrio económico con la combinación adecuada de capital y trabajo. Schumpeter (1934) respondió a esto afirmando que el crecimiento económico ocurre solo cuando se destruye el equilibrio existente de insumos de producción. Él describe este proceso como destrucción creativa y propone la iniciativa empresarial como el factor causal en este proceso.

Estudios posteriores han ayudado a afianzar el emprendimiento como uno de los principales factores explicativos del crecimiento económico (Holcombe, 2007). Si bien, el espíritu empresarial por sí solo no es una condición suficiente en el proceso, el desarrollo económico no ocurrirá sin la actividad emprendedora (Toma et al., 2014). Drucker (1985) describe al emprendedor como alguien que busca y acoge con satisfacción los cambios que pueden explotarse como una oportunidad. Drucker se burla de la noción romántica de que un emprendedor es una persona rara y excepcional y desestima la fascinación por la "mística empresarial". El espíritu empresarial, dice, no es una actividad limitada a genios o a una clase especial de personas. La definición de emprendedor de Drucker es alguien que dota recursos con nueva capacidad de riqueza (Velmurugan et al., 2013).

Las habilidades organizativas de los empresarios reducen los costos de transacción en las empresas. El tipo de empresa que los empresarios pueden establecer depende de las habilidades de organización en combinación con la eficiencia de los mercados de productos finales e intermedios (Acheson, 1986). Cualquier explicación útil de la actividad emprendedora debe ser referenciada dentro de su entorno socioeconómico general, porque la actividad empresarial no tiene lugar en el vacío, sino que se establece dentro de un sistema socioeconómico (Audretsch, 2007).

### **3.2.1 Teorías psicossociológicas sobre el emprendimiento**

Muchos estudios analizan cuáles son los rasgos de los empresarios o los rasgos que hacen que los empresarios tengan éxito (Kerr et al., 2017; Yusuf, 2015; Åstebro et al., 2014; Frese et al., 2014). Knight (1921) marcó el punto de partida de una investigación rigurosa y cuidadosa sobre las características que distinguen a los empresarios de los gerentes comerciales generales con su enfoque sobre el riesgo, la incertidumbre y el beneficio. En las décadas que siguieron, la investigación continuó estudiando los rasgos individuales específicos que incitan a las personas a convertirse en emprendedores, así como motivaciones y preferencias personales que mantienen a los emprendedores en el camino elegido (De Carlo y Lyons, 1979; Timmons, 1978; Hornaday y Aboud, 1971; Hornaday y Bunker, 1970).

La investigación sobre los rasgos de personalidad de los empresarios despegó a mediados del siglo XX, unificando los enfoques de la economía, la psicología, la sociología y la gestión empresarial para responder a las preguntas: ¿Quién es un emprendedor? ¿Qué los impulsa? ¿Qué rasgos los definen?. Las primeras décadas enfrentaron muchos desafíos conceptuales a medida que los investigadores luchaban por desarrollar un marco teórico sólido y herramientas de medición apropiadas. En la década de 1980, esta discordancia en la literatura llevó a algunos investigadores a concluir que no había correlación entre personalidad y emprendimiento (Brockhaus y Horwitz, 1986; Gartner, 1988).

Sin embargo, desde el comienzo del siglo XXI y con el notable aumento de la fascinación pública e intelectual con la cultura del emprendimiento, la literatura sobre la personalidad emprendedora ha experimentado un resurgimiento y convergencia hacia un conjunto de marcos teóricos cada vez más consistentes, con ideas significativas sobre políticas de innovación y negocios (Dawson et al., 2014; Frese, 2009; Kerr y Kerr, 2016). La mayor parte de la literatura reciente busca responder dos preguntas principales: (1) ¿Ciertos rasgos predicen la probabilidad de un individuo de convertirse en empresario y (2) ¿Ciertos rasgos predicen la probabilidad de un empresario de lograr resultados "exitosos"?. Estas respuestas se siguen investigando se siguen investigando, así como la prevalencia de las características de la personalidad en los empresarios frente a otras poblaciones (Åstebro et al., 2014; Liang et al., 2014), y analizando la correlación de estas características con los factores de rendimiento empresarial, como la supervivencia y el crecimiento empresarial (Baron, 2004; Galina y Hopenhayn 2009; Levine y Rubinstein, 2017).

La teoría de la personalidad ha gravitado principalmente, en las últimas décadas, entorno al modelo de los 5 grandes rasgos de la personalidad (Big-5) (Goldberg, 1993). Se han fusionado varios rasgos adicionales en el Big-5 para el trabajo empresarial, incluido la autoeficacia, la innovación, la necesidad de control y la actitud ante el riesgo. Los investigadores, a menudo, mezclan y combinan estos rasgos para describir una "orientación empresarial" multidimensional (Murugesan y Jayavelu, 2017; Purwana et al., 2018).

### ***3.2.1.1 El Modelo de los cinco grandes (Big-5).***

El modelo Big-5 es un enfoque multidimensional respecto a la definición de la personalidad, a través de la medición de la apertura, la conciencia, la extraversión, la amabilidad y el neuroticismo. Ha sido el modelo predominante para los rasgos de personalidad desde la década de 1980, y se ha encontrado que los rasgos Big-5 influyen en la elección de carrera y el rendimiento laboral (Rauch, 2014). Los cinco "rasgos macro" cubren un conjunto distinto de características (John et al., 2008):

- **Apertura a la experiencia:** describe la amplitud, profundidad, originalidad y complejidad de la vida mental y experimental de un individuo.
- **Conciencia:** describe el control de impulsos, prescrito socialmente, que facilita el comportamiento orientado a tareas y objetivos.
- **Extraversión:** implica un enfoque enérgico hacia el mundo social y material e incluye rasgos como sociabilidad, actividad, asertividad y emocionalidad positiva.
- **Agradable:** implica una orientación prosocial y comunitaria hacia los demás con antagonismo e incluye rasgos como el altruismo, la ternura, la confianza, y modestia.
- **Neuroticismo:** relaciona la estabilidad emocional y la moderación con la emocionalidad negativa, como sentirse ansioso, nervioso, triste y tenso.

Durante las últimas décadas del Siglo XX se publicaron muchos estudios que comparaban la prevalencia de los rasgos Big-5 entre las poblaciones de empresarios y de gerentes (Digman, 1990; Goldberg, 1990; Stajkovic y Luthans, 1998). Los gerentes se utilizan con frecuencia como un punto de comparación para los emprendedores, dada la necesidad potencial de ambos grupos para dirigir a los trabajadores y administrar múltiples tareas. En un metaanálisis de 23 estudios, realizados entre 1970 y 2002 en una variedad de países, Zhao y Seibert (2006) encuentran que los empresarios son más abiertos a la experiencia, más conscientes, similares a la extraversión, menos agradables, y menos neuróticos (o en la jerga Big-5, O +, C +, E, A-, N).

Zhao y Seibert (2006), plantean la hipótesis de que, en el contexto de una empresa comercial, es probable que un emprendedor se sienta atraído por entornos en constante cambio y la novedad de nuevos desafíos. Las personas que prosperan en desafíos y entornos novedosos son aquellas que presentan soluciones creativas, modelos de negocios y productos, y la

apertura de los empresarios puede ayudar a estas funciones. Mientras tanto, los gerentes a menudo son seleccionados por sus superiores por su capacidad de ejecutar y entregar resultados de alta calidad y baja variación para un conjunto dado de instrucciones, en lugar de buscar soluciones originales. Por lo tanto, los investigadores teorizan que, tanto el entorno como los requisitos laborales de un empresario, seleccionan a las personas que están más abiertas a la experiencia (Zhao y Seibert, 2006).

En cuanto a la conciencia, Zhao y Seibert (2006) sugieren que una mayor conciencia es la diferencia más significativa entre empresarios y gerentes (C +). La conciencia es un compuesto de motivación de logro y confiabilidad. Zhao y Seibert (2006) encuentran que los empresarios y gerentes son similares en confiabilidad, pero los emprendedores obtienen puntajes significativamente más altos que los gerentes en la faceta de logro. En un metaanálisis de 41 estudios, Collins (2004) también concluye que las personas que persiguen carreras empresariales tienen una motivación de logro significativamente mayor que las personas que persiguen otros tipos de carreras, y Wayne y Roth (2007) concluyen de manera similar que los empresarios están más orientados al logro que los gerentes. Con frecuencia se plantea la hipótesis de que aquellos con una alta motivación de logro se sienten atraídos por entornos en los que el éxito se atribuye más estrechamente a sus propios esfuerzos, en lugar de un entorno institucional más amplio en el que el éxito o el fracaso empresarial es menos una función de los esfuerzos individuales.

En cuanto a la extraversión, la literatura apunta a una falta de consenso sobre si los empresarios obtienen puntajes más altos que los gerentes en extraversión (E). Este rasgo mide la medida en que uno es dominante, enérgico, activo, hablador y entusiasta (Wang et al., 2016). Algunos investigadores plantean la hipótesis de que la extraversión podría ser más importante para los emprendedores que para los gerentes, ya que los emprendedores actúan como vendedores de sus ideas a inversores, socios, empleados y clientes. Sin embargo, Zhao y Seibert (2006) concluyen que no surge ninguna diferencia confiable en la literatura. Enwick y Langford (2000), quienes descubrieron que los empresarios eran menos extrovertidos que los gerentes, sugirieron que muchos empresarios pueden administrar pequeñas empresas desde sus hogares para estar lejos de las grandes burocracias que exigen que uno sea implacablemente sociable. Esta es un área donde la definición de "emprendedor" es muy importante: los trabajadores independientes y los fundadores orientados al crecimiento tienden a exhibir características muy diferentes.

La amabilidad (A-) evalúa la orientación interpersonal de uno. Los individuos con alto nivel de amabilidad pueden caracterizarse como confiados, generosos, cariñosos, altruistas y crédulos. El extremo superior de la amabilidad representa a alguien que tiene valores cooperativos y una preferencia por las relaciones interpersonales positivas (Woo, 2018). Alguien en el extremo inferior de la dimensión se puede caracterizar como manipulador, egocéntrico, desconfiado y despiadado (Huang, 2016). Aunque la amabilidad puede llevar a uno a ser visto como confiable y puede ayudar a uno a formar relaciones de trabajo positivas

y cooperativas, los altos niveles de amabilidad pueden inhibir la voluntad para negociar con fuerza, buscar el propio interés e influir o manipular a los demás en beneficio propio. La investigación de McClelland y Boyatzis (1982) también ha demostrado que una alta necesidad de afiliación, un componente de la amabilidad, puede ser un detrimento para la carrera de los gerentes, aparentemente porque interfiere con la capacidad del gerente para tomar decisiones difíciles afectando a subordinados y compañeros de trabajo. Seibert y Kraimer (2001) también encontraron que la amabilidad se relacionó negativamente con el nivel salarial y satisfacción profesional en una muestra gerencial.

Relacionado con el neuroticismo, Zhao y Seibert (2006) encuentran que los emprendedores son menos neuróticos que los gerentes, lo que sugiere que esto se debe a que los emprendedores requieren de una autoconfianza excepcional para asumir los riesgos de iniciar una empresa. En general, sin embargo, no existe un patrón fuerte de resultados significativos en la literatura actual sobre estas dos dimensiones.

### ***3.2.1.2 Autoeficacia e innovación***

En el entorno incierto y competitivo de la creación de nuevas empresas, muchos investigadores plantean la hipótesis de que los empresarios prosperan con un fuerte sentido de autoeficacia personal para ejecutar sus visiones y un buen ojo para la innovación a fin de identificar nuevos productos y mercados. La autoeficacia describe la creencia de una persona de que él / ella puede realizar tareas y cumplir roles, y está directamente relacionada con las expectativas, objetivos y motivación (Cassar y Friedman, 2009). La alta autoeficacia se correlaciona con el rendimiento relacionado con el trabajo (Stajkovic y Luthans, 1998), el crecimiento de las pequeñas empresas (Baum y Locke, 2004), el rendimiento académico (Luszczynska y otros, 2005) y la elección de carrera (Purvana et al., 2018). La autoeficacia se mide en dos niveles de especificidad, ya sea como autoeficacia generalizada o autoeficacia empresarial (ESE) específica del dominio. La mayoría de los investigadores se centran en la medida ESE más relevante para la situación.

Chen et al. (1998), definen la autoeficacia empresarial (ESE) como un compuesto de autoeficacia hacia cinco tareas: innovación, toma de riesgos, marketing, gestión y control financiero. Ciavarella et al. (2004) también encuentra que los fundadores de negocios tienen un ESE más alto en innovación y toma de riesgos que los no fundadores, incluso cuando la necesidad de control sigue siendo el mismo en las dos poblaciones.

Por otro lado, Utsch y Rauch (2000) examinan la innovación y la iniciativa como medidores de la orientación al logro, que en este caso es una medida compuesta de autoeficacia, necesidad de logro y necesidad de control interno. En general, la innovación se refiere a cómo las personas responden a cosas nuevas (Goldsmith y Foxall, 2003). La innovación se puede considerar como un rasgo de personalidad global o específico del dominio, o como un concepto de comportamiento, como la adopción de nuevos productos por parte de los consumidores.

### **3.2.1.3 Locus de control**

Un rasgo importante en la literatura sobre emprendimiento es el locus de control (LOC). La teoría del aprendizaje social de Rotter (1954) introdujo por primera vez el concepto LOC. El lugar de control, locus de control es un término psicológico que hace referencia a la percepción que tiene una persona acerca de dónde se localiza el agente causal de los acontecimientos de su vida cotidiana (Rotter, 1954). Una persona con un LOC interno conceptualiza que sus propias decisiones controlan sus vidas, mientras que aquellos con un LOC externo creen que los verdaderos factores de control son las posibilidades, el destino o las características ambientales que no pueden influir. Las personas con LOC interno creen que pueden influir en los resultados a través de su propia capacidad, esfuerzo o habilidades, en lugar de las fuerzas externas que controlan estos resultados (Envick y Langford, 2000). Investigaciones anteriores han relacionado la creencia en el control interno con la probabilidad de participar en actividades empresariales (Perry, 1990; Shaver y Scott, 1991, Murugesan y Jayavelu, 2017).

Muchos investigadores enfatizan el LOC en su trabajo. Barrick y Mount (2005) afirman que los rasgos específicos se basan en una descripción explícita de las actividades empresariales que pueden estar ubicadas en el tiempo, el lugar y el rol, razón por la cual las características específicas como la tolerancia al riesgo, la necesidad de logro o el locus de control son más útiles para predecir el desempeño empresarial que los Cinco Grandes. Caliendo et al. (2009) reevalúan esa afirmación y, junto con otros investigadores, sugieren que rasgos como el LOC pueden extrapolarse más directamente a la toma de decisiones en el campo profesional. Levine y Rubenstein (2017) encuentran en su estudio longitudinal que aquellos trabajadores independientes que acaban dirigiendo su propia empresa muestran un LOC interno más fuerte antes de fundar su empresa que aquellos que trabajan para otros. Caliendo et al. (2009) sostienen que el LOC interno se encuentra entre los rasgos de personalidad que mejor predicen las decisiones de entrada y salida en el ámbito empresarial.

Mirando dentro de las poblaciones empresariales, un mayor LOC interno se asocia aún más con el crecimiento de la empresa. Rauch y Frese (2007) encuentran en su meta análisis que un LOC interno tiene una correlación significativa con la creación de negocios y el eventual éxito del negocio.

### **3.2.1.4 Necesidad de logro**

La necesidad de logro se refiere al deseo de un individuo de lograr un logro significativo, dominar las habilidades y alcanzar objetivos desafiantes (Murray, 1938). Los investigadores plantean la hipótesis de que los emprendedores pueden tener una gran necesidad de logros, ya que construir un negocio desde cero demuestra las habilidades individuales de uno en formas que a menudo son difíciles de igualar cuando se trabaja dentro de un sistema en el que la responsabilidad es difusa (Wang et al., 2016).

La necesidad de logros es un concepto basado en la "teoría de las necesidades adquiridas" de McClelland y es una de las necesidades dominantes que afectan las acciones individuales en

un contexto laboral. El concepto fue introducido por primera vez por Murray (1938), y luego desarrollado y popularizado por McClelland (1985).

El emprendimiento y el desarrollo económico están relacionados con los rasgos de personalidad innata de los individuos basados en valores culturales específicos de adoctrinamiento, según McClelland (1985). Él aísla un ingrediente crítico en la composición psicológica del emprendedor y lo llama la "necesidad de logro".

Algunos investigadores identifican un vínculo entre la necesidad de logro y el rendimiento empresarial. Por ejemplo, el metaanálisis de Collins et al. (2004) encuentra que tanto las medidas proyectivas como las auto informadas de la motivación al logro predicen las intenciones empresariales y el rendimiento. Rauch y Frese (2007b) encuentran resultados similares.

### **3.2.1.5 Actitudes de riesgo**

Las discusiones sobre riesgo y emprendimiento se remontan a Knight (1921), quien propone que los emprendedores se diferencian de los demás por su astucia para percibir y actuar en función de las oportunidades a pesar de la incertidumbre y el riesgo.

Kihlstrom y Laffont (1979) desarrollaron un modelo teórico muy popular que predice que las personas con mayor aversión al riesgo se convertirán en empleados, mientras que aquellos con baja aversión al riesgo se convertirán en empresarios.

Hall y Woodward (2010) coinciden en que los empresarios deben tener una tolerancia al riesgo relativamente alta. Por su parte, Miner y Raju (2004) encuentran que existen grandes diferencias entre los empresarios cuyo objetivo principal es el crecimiento de la empresa frente a aquellos cuyo objetivo es generar ingresos familiares. Block et al. (2015) amplían estas distinciones y encuentran que los emprendedores con oportunidades están más dispuestos a correr riesgos que los emprendedores que necesitan ayuda, y aquellos motivados por la creatividad son más tolerantes al riesgo que otros emprendedores.

### **3.2.1.6. Relación entre personalidad y éxito empresarial**

La mayoría de los investigadores y formuladores de políticas están interesados no solo en los rasgos que predicen la entrada en el emprendimiento, sino en los rasgos que contribuyen a las medidas exitosas de desempeño de la empresa, como el crecimiento, la inversión, la supervivencia a largo plazo y el éxito auto informado (Tuncer et al., 2018).

Utsch y Rauch (2000) encuentran que las medidas de innovación predicen el crecimiento del empleo y el crecimiento de las ganancias, mientras que las medidas de iniciativa solo se correlacionan con el crecimiento de las ganancias. Baum y Locke (2004) realizaron un estudio longitudinal de seis años que encuentra que las motivaciones situacionales específicas de los objetivos, la autoeficacia y la visión comunicada tienen efectos directos en el crecimiento de la empresa, mediando otros aspectos como la pasión, la tenacidad y la nueva habilidad de recursos.



Ciavarella et al. (2004) encuentran que la alta conciencia se relaciona positivamente con la supervivencia a largo plazo de la empresa (ocho años o más), en comparación con una relación negativa para la apertura a la experiencia del emprendedor y ninguna relación con los otros rasgos de personalidad Big-5.

Rauch y Frese (2007b) identifican que los rasgos más correlacionados con el éxito empresarial incluyen la necesidad de logro (.30), innovación (.27), personalidad proactiva (.27), autoeficacia generalizada (.25), tolerancia al estrés (.20), necesidad de autonomía (.16), locus de control (.13) y toma de riesgos (.10). Otro meta análisis de Zhao y otros (2010), señala que la conciencia, la apertura a la experiencia, la estabilidad emocional y la extraversión están positivamente relacionadas con el desempeño empresarial de la empresa, medido por la supervivencia, el crecimiento y la rentabilidad de la misma. Si bien la toma de riesgos se relaciona positivamente con la base comercial, no se correlaciona con el crecimiento y el éxito empresarial eventual.

### ***3.2.1.7. Rasgos moderadores y factores ambientales***

Las características de la personalidad se correlacionan entre sí, al mismo tiempo que se ven afectadas y moldeadas por las fuerzas ambientales. Los investigadores de todas las disciplinas, con frecuencia, describen cómo los factores de personalidad interactúan o son moderados por otros rasgos individuales (por ejemplo, género, educación) y condiciones externas (por ejemplo, dinámica de la industria, rasgos de la ciudad) (Cuervo, 2005).

El emprendimiento no se produce en el vacío, y los rasgos de personalidad, el capital humano y el entorno tejen el contexto para cada intento de iniciar y operar un nuevo negocio (Verheul et al., 2012). Independientemente de la disciplina, esta naturaleza compleja e integrada de la iniciativa empresarial, sugiere que los investigadores deben abordar su entorno con cuidado para llegar a conclusiones confiables y tener cuidado de considerar cuánto pueden trasladar los resultados de cualquier estudio a través de las ubicaciones (Cuervo, 2005).

## **3.3. Emprendimiento en África**

Según Obeng et al. (2014), la estructura económica de la mayoría de los países africanos, están polarizada entre un pequeño número de grandes corporaciones y muchas micro y pequeñas empresas. Para llevar a cabo la transición de países en desarrollo a países desarrollados, las economías africanas necesitan alentar el emprendimiento. Pero los desafíos para los emprendedores en África son enormes, debido al entorno empresarial arriesgado y las condiciones políticas. Por lo tanto, existe la necesidad de alentar más iniciativas empresariales (Tajeddini y Ratten, 2017).

El espíritu empresarial se define como un proceso de creación de algo nuevo, asumiendo los riesgos y recompensas (Hisrich y Peters, 1992). Esta definición amplia significa que el emprendimiento en África implica tomar decisiones que conllevan responsabilidad en

términos de sopesar las ventajas y desventajas de la actividad empresarial. Para que los empresarios tengan éxito, necesitan tener un plan de acción que implique la gestión de los recursos necesarios (Gerguri-Rashiti et al., 2017).

El emprendimiento ha sido reconocido como un importante impulsor del desarrollo económico, debido a su impacto en la creación de empleo y el alivio de la pobreza (Acs et al., 2008). Los empresarios en África, a menudo, empiezan en sus negocios con un mínimo de capital y recursos, y llegan a ser bastante exitosos a pesar de unos austeros comienzos (Diomande, 1990). Estos empresarios aumentan el capital inicial y operativo a través de los recursos de la comunidad, como los sistemas de crédito rotativo que involucran a grupos sociales. El operar varios negocios simultáneamente es criticado como una evidencia de falta de compromiso para desarrollar una sola empresa, pero los empresarios africanos optan por diversificar sus inversiones para protegerse contra los riesgos presentes en las economías de sus países. La diversificación de las actividades económicas, especialmente en las zonas rurales, se considera una estrategia de inversión racional (Spring y McDade, 1998).

La iniciativa empresarial no es la misma en Silicon Valley, California, que en Mwenge, Tanzania, pero las funciones del empresario, que son coordinar recursos y aumentar la producción económica, son las mismas. Los empresarios africanos están involucrados en muchas actividades económicas, como el comercio, inversiones inmobiliarias y la agricultura (Ahmed y Nwankwo, 2013).

Hirschman (1958) observa que las personas, en las culturas tradicionales, hacen cambios en sus estilos de vida y comportamiento cuando creen que los cambios son beneficiosos. Señala que cuando se percibe la oportunidad económica, los patrones de consumo-ahorro y trabajo-ocho se reajustan drásticamente. Hill (1963) identificó el espíritu empresarial entre los productores de cacao de Ghana. Odulafu (1971) estudió la empresa indígena en la manufactura nigeriana. Otros estudios de hombres de negocios modernos y tradicionales en Zambia (Beveridge y Oberschall, 1979), Ghana (Kennedy, 1980), Sierra Leona (Kallon, 1990) y otros países de África (Berman y Leys, 1994) proporcionan una amplia evidencia de la dinámica del emprendimiento en África.

A pesar de los beneficios económicos y sociales del espíritu empresarial, existen variaciones regionales en la prevalencia e intensidad del espíritu empresarial en África. Los académicos que estudian el espíritu empresarial africano deben considerar el contexto socioeconómico y el ecosistema específico para ver cómo se está produciendo. Algunas características de los empresarios a nivel individual, como los niveles de educación o formación, pueden influir en el espíritu empresarial (Roundy, 2019). Sin embargo, para comprender plenamente el espíritu empresarial, es necesario comprender su surgimiento y proceso en África. Esto significa que es necesario examinar las fuerzas regionales específicas que se requieren para el espíritu empresarial dentro de las comunidades africanas. Además, se debe considerar si el espíritu empresarial se está produciendo en un ecosistema vibrante o no. Esto enfatiza los vínculos sistémicos que son evidentes dentro de la red de un emprendedor.

La cultura es un elemento importante para cualquier estudio sobre el espíritu empresarial. Los estudios tradicionales sobre ello se han centrado en la cultura individual de los países sin tener en cuenta el interés colectivo de los empresarios (Mirvis et al., 2018). El beneficio colectivo o social del espíritu empresarial se está convirtiendo en un área clave de interés para los responsables políticos y las organizaciones no gubernamentales. En África, las actitudes culturales están cambiando y esto ha dado lugar a una tendencia hacia el africanismo (Amaeshi y Idemudia, 2015). En esta filosofía empresarial, las tradiciones culturales y las expectativas de la sociedad se fusionan con empresas comerciales. Esto permite el vínculo con la filosofía tradicional de Ubuntu<sup>3</sup> que se centra en las interdependencias y la reciprocidad en el comportamiento colectivo (Lutz, 2009). Por lo tanto, se promueven las creencias culturales de anteponer la ganancia colectiva a los beneficios individuales en los negocios.

El emprendimiento en el continente ha sido débil. Mientras que las actividades empresariales posiblemente existían en África antes de la colonización, tales actividades se desaceleraron desde el período colonial (Robson et al., 2009). Los expertos sostienen que el fracaso empresarial de África puede atribuirse a factores como la falta de sensibilidad de los productos agrícolas a los precios internacionales, infraestructura deficiente, falta de recursos humanos y financieros, y políticas de capital y gubernamentales que no son amigables con el emprendimiento (Robson y otros, 2009). Otros estudios han señalado que la mala gestión de los recursos humanos es una de las principales barreras para el emprendimiento en África (Alamine, 2006). Otra teoría es que los empresarios privados africanos carecen de capacidad gerencial para administrar negocios grandes y sofisticados (Wilson, 1990). Así, por ejemplo, en la República Democrática del Congo (RDC), McGaffey (1987) muestra que la falta de apoyo estatal para las actividades comerciales, fuerza a estrategias de supervivencia por parte de los empresarios. Esto lleva a que los empresarios proporcionen la infraestructura faltante, usan monedas alternativas y persiguen redes de comercio inusuales para mantener "la segunda economía" en ausencia de la primera. El alcance de estas empresas abarca empresas grandes y pequeñas, principalmente en el sector informal, porque queda muy poco del sector formal (MacGaffey, 1987). Esto no ha cambiado, ya que según Cowley (2008), iniciar un negocio en la RDC, cuesta más de cuatro veces el ingreso per cápita del país. El registro formal de una empresa requiere aproximadamente 155 días, y prácticamente no hay protecciones para los inversores. Algunos sugieren que, para muchos empresarios en la RDC y otras economías africanas, los costos de operar un negocio legalmente son demasiado altos y los beneficios son muy pocos (World Bank, 2020a).

Además, los gobiernos africanos difieren en sus actitudes hacia el emprendimiento. Algunos han desalentado deliberadamente el surgimiento del capitalismo privado africano. Otros han nacionalizado grandes partes de un sector privado, previamente de propiedad extranjera y han creado organizaciones paraestatales para administrar las empresas. Un tercer enfoque se

---

<sup>3</sup> Término tradicional africano que se refiere a la "humanidad". <https://ubuntu.com/about>

ejemplifica en Kenia y Nigeria, donde la empresa privada ha seguido desempeñando un papel importante. Sus gobiernos también han tomado medidas, tanto para promover la empresa indígena como para transferir la propiedad o el control de las empresas, en manos de capital extranjero a los nacionales (Hazlewood, 1979). Por el contrario, los empresarios en RDC funcionan fuera de la economía oficial usando la creatividad y el ingenio, frente a "obstáculos insuperables". Estos incluyen el colapso de los sistemas oficiales de banca y transporte, la falta de disponibilidad de divisas, la disminución de los servicios públicos y la administración, el colapso de los sistemas de suministro y el acoso, la extorsión y el arresto de los empresarios (McGaffey, 1987). Es más probable que la iniciativa empresarial africana tenga éxito en empresas relativamente pequeñas que en las grandes empresas que se han visto favorecidas erróneamente por las políticas de industrialización de sustitución de importaciones. Muchas de estas grandes empresas, no han sido rentables excepto como resultado de subsidios sustanciales, protección y otra asistencia del gobierno. La reducción de dicha asistencia no reducirá la tasa de crecimiento económico y dará mayores oportunidades a empresas más pequeñas dirigidas por africanos (Oyejide, 1991).

Elkan (1988), se centra en tres atributos esenciales respecto a la iniciativa empresarial. Primero, la capacidad de percibir oportunidades comerciales potencialmente rentables. En segundo lugar, está la voluntad de actuar sobre lo que se percibe. El tercero es la habilidad organizativa necesaria. Podría decirse que este tercer ingrediente es menos importante que los otros dos, porque un negocio de un tamaño suficiente para estirar los límites de la capacidad de organización podrá contratar a un gerente para que organice.

En el primer gran estudio del espíritu empresarial de África occidental, Bauer (1954) escribió que la impresión general que se formó fue siempre la misma: esfuerzo excepcional, previsión, ingenio, ahorro y capacidad de percibir oportunidades económicas. Del mismo modo, Schatz (1977) escribiendo específicamente sobre los nigerianos los encontró receptivos a la posibilidad de ganar y listos para buscar la ventaja económica enérgicamente. También los describe como flexibles y emprendedores, dispuestos a buscar en todas partes y tomar riesgos en la búsqueda de ganancias.

El crecimiento del emprendimiento privado está asociado y facilitado por la existencia del sistema de la libre empresa, la economía de libre empresa y el capitalismo, que se refieren a un sistema económico y social en el que los medios de producción son principalmente de propiedad privada y operan en una economía de mercado, es decir, las decisiones están influenciadas por la competencia, la oferta y la demanda (Schrems, 2004). Intrínseca a esta definición es también la existencia de un estado de derecho y los derechos de la propiedad. El estado de derecho en muchas economías africanas está a menudo débilmente desarrollado o algunas veces ignorado con impunidad (Bratton, 2007). En una encuesta de 23 países africanos, Sievers (2001) descubrió que el gobierno y la justicia en las instituciones eran más bajas de lo necesario para un alto crecimiento sostenido. Factores como la corrupción, la

governabilidad y la efectividad del sistema legal nacional para hacer cumplir los contratos, actuaron como barreras que obstaculizan el desarrollo del emprendimiento (Bétila, 2021).

Por otro lado, según Elkan (1988), las habilidades comerciales son mucho más un producto de las circunstancias que de cualidades innatas. En Kenia, los Kikuyu tienen una reputación de ser emprendedores. Su historia pre colonial ofrece una explicación satisfactoria en su ubicación geográfica, a medio camino entre la costa y el interior. Los Akamba, que viven muy próximos, tienen fama de ser menos emprendedores. Sin embargo, cuando surgió la oportunidad de crear una lucrativa industria de tallado en madera que ahora tiene un mercado mundial, mostraron un alto grado de talento comercial (Elkan, 1988).

Según Amaeshi e Idemudia (2015), hay una serie de razones para que haya unas tasas más bajas de emprendimiento en África, en comparación con otras regiones. Esto incluye una infraestructura limitada, particularmente en los países sin litoral que hacen que sea un desafío para los exportadores. Además, en las zonas rurales el hecho de tener una infraestructura deficiente (por ejemplo, electricidad ineficaz o poco confiable, suministro de agua y redes inadecuadas de servicios viales, ferroviarios y aéreos) lleva a la migración hacia la ciudad de las personas con más iniciativa empresarial. La consecuencia de esto es la actividad económica limitada en las zonas rurales y la sobrecarga de población y colapso de la infraestructura (por ejemplo, embotellamiento de carreteras) en las principales ciudades. Además, ha habido políticas gubernamentales que no conducen al emprendimiento y favorecen a las organizaciones estatales. En muchos países africanos los empresarios sufren procesos administrativos e impuestos excesivos que impactan negativamente en la comunidad de pequeñas empresas y en el espíritu emprendedor. Robson et al. (2009) destacan el casi inexistente apoyo institucional para nuevas empresas. Esto se traduce en una falta de recursos financieros y educativos disponibles para emprendedores. En África, hay una tendencia a depender de los miembros de la familia para el empleo y las necesidades financieras que impacta negativamente en la independencia de la empresa comercial. Otros autores como Anderson y Obeng (2017) afirman, que la falta de emprendimiento en África se atribuye en general tanto a características estructurales como personales. En el apartado estructural, incluyen la falta de instituciones financieras dispuestas a prestar dinero a emprendedores. Y en las características personales, se puede incluir la falta de educación sobre cómo registrar un negocio. Además, hay un componente de género en el espíritu empresarial que es más evidente en algunos países africanos (Asongu et al., 2020). Por otro lado, la falta de financiación en términos razonables es el elemento disuasivo más frecuentemente citado para la iniciativa empresarial. Se argumenta que los bancos confinan los préstamos a las empresas más grandes y establecidas, por lo que las nuevas empresas, pequeñas o grandes, se ven obligadas a tomar préstamos en el marco informal, donde las tasas de interés son mucho más altas (Alamine, 2006).

En general, los incentivos destinados específicamente a fomentar el espíritu empresarial o ayudar al desarrollo de pequeñas empresas no existen. Es el entorno económico general y

especialmente si la política del gobierno es liberal o restrictiva lo que determina si las personas están dispuestas a aventurarse en lo que es, por su propia naturaleza, una forma arriesgada de ganarse la vida (IFC, 2003). La gran mayoría de las pequeñas empresas no guardan libros, a menudo no distinguen entre los gastos comerciales y domésticos, y no pueden calcular su capital total. Sin duda, estas deficiencias importan cuando las empresas crecen más allá de un cierto tamaño, pero para la mayoría de las pequeñas empresas el requisito más vital es la perspicacia comercial. Las empresas africanas indígenas difieren mucho en la eficiencia con que se manejan. Los intentos de aumentar la eficiencia de las pequeñas empresas generalmente han tomado la forma de enseñar habilidades específicas a los empresarios existentes (Ratten, 2020). Sin embargo, algunos programas, especialmente en India, están diseñados para convertir a las personas sin experiencia empresarial previa en empresarios (Anderson, 1982). Los programas de capacitación empresarial ponen énfasis en la contabilidad, incluso por parte de las ONGs.

Por todo lo anterior, el concepto de emprendimiento, tanto en la teoría como en la práctica, debe ser lo suficientemente expansivo e inclusivo como para dar cuenta de la multitud de dimensiones empresariales. El emprendimiento encuentra expresión en una variedad de contextos que incluyen la innovación, pero no está definido por este único componente. Lo que puede ser nuevo en algunas situaciones, pueden ser versiones africanas o adaptaciones de fenómenos ya establecidos en otros lugares. El espíritu empresarial en África abarca tanto a los innovadores como a los empresarios.

### **3.4 El sector informal en África: estrategias de supervivencia en microempresas y pequeñas empresas.**

Las economías africanas, a menudo están consideradas compuestas por dos sectores (el formal y el informal), plantean dilemas tanto para la política como para el crecimiento. El sector formal, con reconocimiento oficial, con indicador registrado y medido del producto interno bruto (PIB), contrasta con el sector informal, con su falta de reconocimiento oficial y componentes no regulados y no medidos (Spring y McDade, 1998).

La mayoría de las investigaciones en el sector laboral informal destacan el uso del exceso de mano de obra urbana, según estas, muchas personas que emigran de las zonas rurales a las urbanas en busca de trabajo en el sector formal se encuentran "desempleadas" y para llenar esta brecha de estar desempleados ingresan en el sector informal (ILO, 2002b). Están en el sector informal el tiempo necesario antes de asegurar un empleo remunerado en el sector formal (Muller, 2008). El proceso de proletarización en África, que ha creado asentamientos espontáneos, ha creado un ejército de mano de obra de reserva. Las fuerzas detrás de tal movimiento son más socioeconómicas que sociales. Además, el sistema educativo que no se relaciona con los trabajos formales disponibles en el mercado, se ha sumado al problema (Ohnsorge y Yu, 2021).

Otras razones por las que existe una mano de obra excedente involucrada en el sector informal incluyen la inseguridad laboral existente en el mercado laboral formal. Las nuevas tecnologías que requieren habilidades y educación de diferentes tipos, alejan a algunos jóvenes del mercado laboral formal debido a la falta de habilidades especializadas. En este grupo, las mujeres son la mayoría, ya que generalmente constituyen el mayor número de personas que carecen de "educación formal" y las habilidades requeridas (Marusic et al., 2020).

El sector informal a veces se considera indeseable, un sector "retrasado" con baja productividad y un lastre para el crecimiento económico (Juma et al., 1993). Sin embargo, otros lo ven como un sector productivo que proporciona empleo, servicios y bienes (Hart, 1973). Como resultado, la Organización Internacional del Trabajo (ILO) y algunos gobiernos africanos están desarrollando proyectos de políticas para promover el empleo y la generación de ingresos en este sector. De ahí viene la idea de que no hay necesidad de incluir a las personas y sus actividades en el sector formal regulado. Sin embargo, algunos todavía consideran las actividades del sector informal como sustitutos pobres del dinamismo del sector formal. Desde este punto de vista, las actividades informales son una consecuencia de la incapacidad del sector formal para brindar oportunidades de empleo a la creciente fuerza laboral (ILO, 2018).

Gran parte de la actividad empresarial productiva en los países en desarrollo en África y en otros lugares es en el sector informal (Madichie et al., 2021), pero hay tantas definiciones del sector informal como personas que lo estudian (Grosh y Somolekae, 1996). Se identifica por características tales como la facilidad de ingreso, mercados no regulados y competitivos, dependencia de los recursos indígenas, propiedad familiar, operación en pequeña escala, tecnología adoptiva intensiva en mano de obra y habilidades adquiridas fuera del sistema educativo formal (Benjamin y Mbaye, 2012). El tamaño del negocio (basado en el número de empleados, conjuntos e ingresos) es otro criterio. El sector informal y las micro pequeñas y medianas empresas (MIPYMEs) a veces se consideran sinónimos. Las definiciones legales diferencian entre empresas registradas (formales) y no registradas (informales) (Juma et al., 1993).

El sector informal proporciona el campo de entrenamiento para el desarrollo y la gestión empresarial, similar a otros sistemas de aprendizaje en África (Arvil et al., 2013). Los emprendedores tienden a provenir de familias con padres emprendedores. Una de las ventajas de este acuerdo es que la participación de la familia en el negocio permite la sucesión de la propiedad y la continuación del negocio durante más de una generación (Grosh y Somolekae, 1996).

El sector informal también abarca el sector irregular (por ejemplo, bienes legales distribuidos ilegalmente), así como el sector criminal (Thomas, 1992). McGaffey utiliza el término "segunda economía", que se refiere a actividades económicas que no se miden ni se registran. Algunos son ilegales, otros no son ilegales, pero se llevan a cabo de una manera que evita los

impuestos o de alguna manera priva al estado de los ingresos (McGaffey, 1987). La segunda economía es tanto una designación política como económica, en el sentido de que denota una lucha de clases: la segunda economía no solo se ocupa de la exigencia económica, sino también de la indiferencia de algunos gobiernos africanos a las necesidades de los negocios (Spring y McDade, 1998).

Las empresas del sector informal (pequeñas y autónomas) presentan problemas a los responsables de la formulación de políticas tanto dentro del gobierno como en el sector privado (De Andrade et al., 2013). Los desempleados y los subempleados encuentran trabajo y proporcionan bienes y servicios baratos. Sin embargo, los empresarios a menudo no tienen los medios o la inclinación para pagar por cualquier infraestructura, servicios sociales o comerciales, presentando así a los responsables de las políticas un desafío para mantener los sistemas en marcha. Los legisladores ven al sector informal (pequeño y autónomo) como una contribución positiva, pero han hecho poco para facilitarlo, y que tolerarlos y ayudarlos no es más que una forma de simpatizar y ayudar a los que están en la pobreza (Elgin y Oztunali, 2014).

El sector informal puede caracterizarse por tener acceso limitado a instalaciones modernas y servicios de apoyo, como electricidad, crédito y servicios gubernamentales, así como tener acceso diferencial a la tecnología. La mayoría de los empresarios carecen de educación formal y capacitación empresarial, lo que les perjudica en términos de expandir con éxito su productividad y rentabilidad comercial (ILO, 2018). Sin embargo, los niveles de habilidades varían dentro del sector informal. Esto puede atribuirse a una caída en los salarios reales (que ha obligado a las personas más educadas a ingresar a la fabricación a pequeña escala por cuenta propia) y a una mayor competencia (lo que ha obligado a los artesanos a mejorar la calidad de sus productos) (Meghir et al., 2015).

Los factores que limitan el crecimiento de las pequeñas empresas incluyen la falta de acceso al capital para la expansión, la falta de capacitación comercial de los propietarios y las instalaciones deficientes (Heintz y Valodia, 2008). Los programas financieros que se dirigen específicamente al sector informal pueden ayudar a algunas empresas, pero lo que generalmente se necesita es una reforma de las políticas macroeconómicas que limitan el acceso al capital manteniendo altas tasas de interés e imponiendo restricciones a la obtención de préstamos. Las revisiones de políticas podrían ayudar a crear un clima de negocios que aumentaría el rendimiento de los ahorros y las inversiones, lo que a su vez ayudaría a las empresas a acumular capital (ILO, 2007b). La acumulación de capital se ve inhibida por la escasez de instituciones financieras para proporcionar seguridad para el ahorro y la disponibilidad de depósitos para gastos comerciales (Meghir et al., 2015).

El sector informal sirve como una incubadora de empleo para trabajos que ayudan a reducir la disparidad de ingresos y aumentar la capacidad de consumo interno. Un aumento en el nivel de consumo crea una demanda adicional de productos y servicios, y este giro estimula la puesta en marcha o la expansión de empresas indígenas. Dentro del clima económico



apropiado, este proceso se convierte en un motor de energía económica que crea empleos adicionales y la producción de más bienes y servicios. Gran parte del crecimiento del sector informal es espontáneo y ha tenido lugar principalmente a pesar de las políticas o programas gubernamentales (ILO, 2013a).

Todas las sociedades tienen componentes informales, y existe tensión entre lo formal y lo informal. Lo informal no es necesariamente tradicional; en cambio, puede representar la forma de economía más nueva o... un conjunto de adaptaciones (Halperin y Sturdevant, 1990). Minimizar las divisiones entre los sectores formal e informal puede ser una forma efectiva de mejorar la productividad de ambos. A pesar del análisis dualista, los sectores ya están vinculados de muchas maneras. Por ejemplo, un estudio en Ghana descubrió que la mayoría de los mecánicos en los talleres del sector informal, pagaron su formación en ese ámbito con ahorros de los ingresos en el empleo en el sector formal (ILO, 2000).

### **3.5. El emprendimiento de las mujeres en África.**

Las actividades empresariales de las mujeres están limitadas en términos de acceso, control y remuneración. Más hombres que mujeres tienden a estar en las empresas más lucrativas, especialmente en el sector formal, como propietarios y gerentes de grandes empresas e industrias pequeñas. Ambos sexos comparten el terreno medio de las actividades del sector informal de mayor beneficio (Nwagu y Onwuatuegwu, 2021). Las microempresas y las pequeñas empresas, como actividades generadoras de ingresos, son la norma para muchas mujeres de todas partes de África, y proporcionan una remuneración a pequeña escala. Las mujeres, pueden no ser capaces de acumular capital suficiente para expandir sus operaciones y mejorar sus habilidades de gestión. Además, sus redes pueden estar restringidas a otras micro y pequeñas empresas (ILO, 2018b). Sin embargo, persiguen actividades empresariales y adquieren más activos a medida que el declive del aparato administrativo del estado y la expansión de la economía informal han debilitado el mecanismo del control masculino sobre las mujeres. Las asociaciones de mujeres y los proyectos específicos de mujeres están haciendo algunos progresos en el logro de la solidaridad femenina para abordar estos y otros temas. Pero las diferencias de clase, así como las diferencias étnicas y socioeconómicas, pueden ser decisivas en términos de lograr objetivos comunes (Bonnet et al., 2019).

Al igual que las mujeres en otros países africanos, las mujeres empresarias en Kenia tienen menos capital inicial y operativo (Kyalo y Kiganane, 2014). Sus ganancias, en promedio, tienden a ser menores que las de los hombres, que generalmente están mejor financiados y compran y venden productos más caros. Las obligaciones domésticas reducen las horas de trabajo de las mujeres y contribuyen a retirar capital del negocio para las necesidades familiares. Las mujeres pobres tienden a vender en áreas que no son aptas para actividades comerciales, mientras que los hombres pueden permitirse ubicar sus operaciones en áreas

legales con un mejor acceso a los clientes, garantizando así mayores ganancias (Asongu et al., 2020; UN DESA, 2009).

Las mujeres, generalmente, tienen menos educación para calificar para empleos, préstamos o programas del sector formal. Por lo tanto, es más probable que sean comerciantes y vendedoras del sector informal. La falta de educación formal de las mujeres y el uso de lenguas africanas, en lugar de europeas no son barreras para las transacciones comerciales en el sector informal, y no es necesario obtener licencias, llevar registros contables ni solicitar préstamos bancarios. Sin embargo, el sector informal no es un entorno ideal para hacer negocios, tanto por la limitación que se le asigna, como por su falta de apoyo oficial y métodos de acumulación de capital (UN Women, 2020).

El Global Entrepreneurship Monitor (2015) destaca cómo África tiene la tasa de participación más alta de mujeres en las primeras etapas de la actividad empresarial. Esto es sorprendente, dadas las limitaciones de género evidentes en algunos países africanos en términos de acceso a la financiación. Además, a pesar de la importancia de la contribución de las mujeres africanas al desarrollo económico, y aunque sus actividades empresariales son esenciales para el funcionamiento de sus sociedades, a menudo, son marginadas durante la creación e implementación de estrategias de desarrollo del sector público y privado (UN Women, 2022, World Bank, 2022). Por ejemplo, como empresarias, las mujeres están involucradas en el suministro de la mayoría de los alimentos a personas en grandes ciudades como Harare, Kinshasa y Nairobi. Las mujeres raramente reciben reconocimiento o asistencia formal en estos roles poco conocidos. De hecho, las empresas femeninas, a menudo, están prohibidas por las regulaciones municipales, y pueden ser objeto de hostigamiento por parte de las autoridades locales (Bonnet et al., 2019).

Además de los datos anteriores, las mujeres africanas no son un grupo homogéneo. No todas las mujeres empresarias en África tienen los mismos problemas. Las mujeres de clase media y alta, a menudo, tienen éxito tanto en el sector formal como en el informal, en áreas en las cuales las mujeres pobres son excluidas debido a su falta de educación, redes y capital (Adejumo et al., 2020).

### **3.5.1. El perfil de las mujeres empresarias en África.**

El perfil de las mujeres empresarias en África en las MIPYMEs podemos analizarlo en relación a su capacidad y a su experiencia emprendedora de la siguiente manera:

a) Las mujeres son pobres, tienen pocos bienes y tienen una capacidad más limitada para acceder a recursos que los demás. Esta etiqueta no es sorprendente, ya que las mujeres constituyen la mayoría de los pobres en muchos países africanos. Las mujeres empresarias parecen comenzar empresas con activos mínimos, ya sean sociales, humanos, financieros, físicos o naturales (Adejumo et al., 2020).

b) Las mujeres tienen bajos niveles de educación formal, en el mejor de los casos, pero es más probable que no hayan tenido educación formal, sean analfabetas y en general tengan

recursos humanos limitados (World Bank, 2022). Generalmente los niveles de las mujeres en la educación son más bajos que los de los hombres, y las niñas que son educadas tienden a ser dirigidas hacia roles reproductivos en lugar de empleo o propiedad empresarial (Asongu et al., 2020). Todos estos factores se toman para mostrar que muchas mujeres no tienen la competencia básica para administrar con éxito un negocio (ILO, 2018a).

c) Las mujeres tienen una experiencia limitada o nula en el empleo formal y en negocios. La literatura muestra que las mujeres en las empresas tienen poca experiencia previa y escasos conocimientos gerenciales. Esto se deriva del hecho de que están concentradas en empleos con un salario bajo tanto en el sector formal como el informal, que no les permiten desarrollar habilidades a través de la experiencia. Esta falta de experiencia limita aún más los activos humanos de las mujeres y su capacidad para acceder a otros (Fox y Sohnesen, 2012).

d) Las mujeres tienen redes limitadas, especialmente las redes relacionadas con los negocios. El hecho de que las mujeres carecen de redes fuera de su familia y la comunidad cercana, está estrechamente asociada con su falta de empleo formal y experiencia comercial, junto con limitaciones impuestas a su movilidad y capacidad de interactuar con otras personas de negocios (principalmente hombres) que surgen de sus roles y responsabilidades domésticas. Tanto las redes personales, como las redes comerciales, son fundamentales para el éxito empresarial. Las redes limitadas de mujeres refuerzan el aislamiento de las mujeres como empresarias y reducen su alcance y oportunidades para desarrollar conocimientos personales y comerciales y acceder a otros activos físicos y financieros (Brenton et al., 2013).

e) Las mujeres no tienen una motivación alta o positiva hacia la propiedad de las empresas. La explicación comúnmente dada para esta actitud negativa es que las mujeres en general entraron en el negocio por defecto. Han comenzado empresas cuando no hay otras opciones disponibles para ellas para superar o aliviar su pobreza, en lugar de buscar ser empresarias deliberadamente por elección propia (Dvouletý y Orel, 2020).

f) A las mujeres les resulta más fácil comenzar un negocio en la economía informal, y el proceso de transición de lo informal a lo formal afecta de una forma más adversa a las mujeres que a los hombres (Heintz y Valodia, 2008). Las diferencias de género existen debido a los diferentes "viajes" en la creación y el crecimiento de empresas por parte de mujeres y hombres, que a su vez reflejan los diferentes contextos, responsabilidades y relaciones de poder en sus vidas (Bétilla, 2021).

g) Las empresas gestionadas por mujeres tienden a operar desde locales inapropiados, si es que llegan a tener locales. Las MIPYMES, especialmente las que operan en la economía informal, se enfrentan a problemas significativos para acceder a locales apropiados y asequibles. Esto es particularmente cierto para ciertos sectores, como la preparación de alimentos y el procesamiento de alimentos, negocios - actividades donde las regulaciones requieren cumplir con estándares de higiene específicos, y en el que predominan las mujeres (Madichie et al., 2021). Las mujeres empresarias, por el hecho de que son mayoría en la

economía informal, sufren más que los hombres con respecto a los problemas relacionados con espacio comercial y locales. Muchas comunidades, a menudo intentan disuadir a las mujeres de poseer o arrendar locales por derecho propio. Por ejemplo, incluso cuando las mujeres tienen recursos para alquilar locales, algunos propietarios son reacios a alquilárselos sin la aprobación de sus familias. Además, las mujeres todavía experimentan dificultades para obtener la propiedad y el título legal de las tierras y los edificios (Bonnet et al., 2019).

h) Se considera que las mujeres tienen una visión empresarial limitada, con el objetivo principal de obtener un ingreso, a menudo etiquetado como "complementario", y no para construir negocios sustanciales. Pero también hay investigaciones que han encontrado que no hay diferencias de género en la actitud de los empresarios hacia el riesgo (Nchimbi, 2000). Otros factores que caracterizan y contribuyen al tamaño "micro" de las empresas gestionadas por mujeres, están relacionadas con los sectores y mercados en el que las mujeres emprendedoras operan. Las mujeres tienden a encontrarse comerciando en ciertas áreas de negocios que, a menudo, son etiquetadas como sectores "de género". Es probable que estos sectores estén en mercados saturados y/o tengan bajos márgenes de rentabilidad (Dvouletý y Orel, 2020).

i) Las mujeres dedicadas a los negocios se restringen en gran medida a los mercados locales donde el acceso, la movilidad y las redes les resulta más fácil de gestionar. La capacidad de las mujeres para penetrar en los mercados fuera de su área local, se ve afectada no solo por problemas de movilidad física, sino también por los tipos de negocios en los que participan las mujeres. Las empresas de productos de fabricación local gestionadas por mujeres, compiten cada vez más con un mercado en crecimiento con una gama de productos importados que, ingresan al mercado en todos los niveles. Los problemas de calidad y de entrega de las mercancías son los mismos para todas las microempresas, pero las mujeres se enfrentan a cuestiones relativas a la movilidad, que a su vez se relacionan con su rol en el hogar que limitan su tiempo y determinan si es aceptable para ellas para viajar fuera de sus comunidades (Egbo y Onwumere, 2009).

j) Los negocios gestionados por mujeres generan ganancias limitadas, si es que tienen alguna, lo que significa que tienen pocas oportunidades para la acumulación de capital y son vulnerables a los cambios más pequeños en su entorno comercial (ILO, 2018). Acceder a los niveles adecuados de financiación se considera un problema importante para las mujeres, y crítico para el desarrollo y crecimiento de sus empresas. Esta necesidad surge como resultado de varios factores mencionados anteriormente: las empresas gestionadas por mujeres tienden a ser vistas como "demasiadas pequeñas", requieren pequeñas cantidades de dinero, y están en sectores que no atraen inversiones (Farazi, 2014). Sin embargo, hay varios problemas claves relacionados con la capacidad o incapacidad de las mujeres para desbloquear el apoyo financiero formal, como se indican a continuación (Frost et al., 2020):

- a) Es menos probable que las mujeres sean propietarias de tierras o locales y, por lo tanto, carecen del colateral requerido por instituciones financieras formales, particularmente bancos (ILO, 2018a).
- b) Las organizaciones de microcrédito dirigidas a mujeres, a menudo lo hacen a través de préstamos grupales o acuerdos de garantía colectiva. Mientras esto se adapta a algunas de las mujeres no les conviene a todas, particularmente a aquellas que están orientadas al crecimiento (Heintz y Valodia, 2008).
- c) Se dice que los bajos niveles de alfabetización limitan la capacidad de las mujeres para producir los planes de negocio y las propuestas de préstamos que requieren los bancos (Asongu et al., 2020).
- d) Se considera que las mujeres tienen menos experiencia en el uso de bancos y servicios financieros, y por lo tanto tienen menos conocimiento y comprensión de cómo acercarse a los bancos para solicitar préstamos, así como poco conocimiento de los requisitos de los bancos. La falta de la exposición a la práctica bancaria puede dar lugar a una falta de confianza cuando se trata de hacer solicitudes para préstamos (Asongu et al., 2020).
- e) Las mujeres también tienen negocios que requieren mucha mano de obra y hacen un uso mínimo de las nuevas tecnologías: sea esta tecnología de la información o tecnología de producción y proceso. La mayoría de las investigaciones existentes sugieren que esto es así debido a la falta de conocimiento de las mujeres empresarias sobre la tecnología, su exposición limitada a quienes utilizan dichos procesos comerciales y su falta de recursos financieros para acceder a dicha tecnología (Amine y Staub, 2009).

La investigación de Marcucci (2021), muestra que algunas mujeres empresarias en una variedad de países africanos hacen crecer los negocios más allá de las micro empresas o del sector informal, sin embargo, tales mujeres son vistas como una excepción a la regla. Además, la estrategia que usan para hacer crecer sus negocios, generalmente comenzando con múltiples negocios (conocido como crecimiento horizontal), se ve como una estrategia débil cuando se compara con la norma del crecimiento lineal de un solo negocio (Olomi, 2001).

### **3.5.2 El papel de la mujer en el sector informal**

La informalidad es una preocupación especial para las mujeres. Las empresas propiedad de mujeres, tienen más probabilidades de ser informales en la mayoría de los países (ILO, 2018). La informalidad agrava otras barreras que enfrentan las mujeres, como un menor acceso a las finanzas, una menor capacidad para ejercer los derechos de propiedad, comerciales y laborales, y una menor voz y visibilidad (Bardasi y Sabarwal, 2009).

Las mujeres en empresas informales, tienen más probabilidades que los hombres de trabajar en el hogar y en sectores con salarios más bajos (Bonnet et al., 2019). La penalización de ingresos y la reducción de los retornos a la educación asociados con la informalidad, es mayor para las mujeres que para los hombres (Fox y Sohnesen, 2012).

Varias conclusiones generales surgen de la evidencia:

1) Las barreras de género para el empleo asalariado y el crecimiento empresarial son una razón principal por la cual las mujeres tienen más probabilidades de trabajar en las MIPYMEs informales (Brixiová y Kangoye, 2016). Reducir la prevalencia general de la empresa informal entre las mujeres, requiere abordar estas barreras, que incluyen brechas en la educación; menor acceso a financiamiento, tierras y activos; falta de cuidado infantil; barreras legales; y discriminación y normas sociales restrictivas (Asongu et al., 2020b).

2) Investigaciones recientes ponen en duda los beneficios comúnmente asumidos de la formalización, especialmente para las pequeñas empresas (ILO 2014). La mayoría de las empresas propiedad de mujeres en África son demasiado pequeñas para beneficiarse solo de la formalización (David et al., 2012). Para estas empresas, un enfoque principal debería ser extender los derechos y protecciones, mejorando la capacidad comercial e integración en la economía local en lugar de en la formalización per se (Nguimkeu y Okou, 2019).

3) Se requiere una variedad de enfoques para abordar las diferentes causas de informalidad. Los programas de registro simplificados para microempresarios pueden tener éxito en la formalización de las MIPYMEs más orientadas al crecimiento, particularmente si incluyen la seguridad social o la cobertura de seguro. Sin embargo, muchas MIPYMEs orientadas al crecimiento requieren apoyo para registrarse con éxito, y la mayoría de las MIPYMEs pueden ser demasiado pequeñas para beneficiarse del registro (Marusic et al., 2020).

4) Los gobiernos locales desempeñan el papel principal en cómo la política impacta a la empresa informal, pero a menudo tienen dificultades para comprometerse tanto con la empresa informal como con las empresas de propiedad estatal. El apoyo al diálogo y la capacidad de los gobiernos locales para trabajar con empresas informales, en particular las empresas públicas, tiene el potencial de mejorar las políticas y aumentar la participación de los empresarios informales con el sector público (Marusic et al., 2020).

Una razón principal por la cual las empresas propiedad de mujeres tienen más probabilidades de ser informales es su tamaño (ILO, 2013). Un tamaño de empresa más grande está fuertemente asociado con la formalidad, y las microempresas de subsistencia, en particular, tienen menos probabilidades de ser formales (Van Elk y de Kok 2014). Las empresas propiedad de mujeres tienen más probabilidades de tener menor capital social y estar en sectores caracterizados por la informalidad (McKenzie 2009). En un estudio de la Organización Internacional del Trabajo en Tanzania, las mujeres entrevistadas eran propietarias del 60,2 por ciento de las MIPYMEs sin otro empleado que el propietario, y solo el 14 por ciento tenían cinco empleados o más (Mori, 2014). Un estudio similar realizado en

Uganda encontró que las empresas de mujeres tienen más probabilidades de no tener empleados que las empresas propiedad de hombres (Mugabe, 2014).

El menor tamaño de las empresas propiedad de mujeres se debe en parte a las barreras que enfrentan las mujeres en el mercado laboral. En ambos, empleo asalariado y el trabajo por cuenta propia, las mujeres están en desventaja por la educación desigual, las normas sociales y la discriminación, y la responsabilidad de los niños y el hogar (Dvouletý y Orel, 2020).

Las revisiones recientes han concluido que la mayoría de las MIPYMES siguen siendo informales porque no reciben beneficios claros de la formalización. Si bien, en teoría, el registro les permitiría solicitar préstamos más grandes, expandir los mercados y emitir recibos, la mayoría de las MIPYMES son demasiado pequeñas para aprovechar estas oportunidades (Fajnzylber y otros, 2011; ILO, 2014a; Van Elk y de Kok, 2014).

Al mismo tiempo, el apoyo público a las empresas más pequeñas de África no existe o es incierto (Heintz y Valodia, 2008). Los estudios han encontrado más beneficios intangibles para el registro de las MIPYMES, como una mayor confianza de los empresarios registrados en el gobierno y el beneficio percibido para la reputación empresarial, pero se requerían incentivos financieros sustanciales para que se registraran (De Mel et al., 2013).

Los empresarios informales también perciben que los costos de la formalización son altos y el miedo aumenta con los impuestos y el escrutinio de los inspectores. Los estudios de la Organización Mundial del Trabajo sobre mujeres emprendedoras en Tanzania y Uganda, encontraron que el costo de registrarse y pagar impuestos era una barrera principal para el registro (Mugabe 2014; Mori, 2014).

Es probable que las empresas propiedad de mujeres sean informales también por otras razones, entre las que se encuentran las siguientes:

- El control limitado sobre los recursos del hogar y la presión del hogar pueden llevar a las mujeres a mantener su empresa pequeña y de bajo perfil. En Tanzania, algunas mujeres informaron que los maridos y los suegros las desanimaron a formalizar sus negocios (Mori, 2014).
- Las mujeres se enfrentan a un mayor riesgo de acoso y coerción que los hombres, incluido el acoso sexual. El proceso de registro en sí mismo puede llevar a las mujeres a ojos de los funcionarios corruptos (David et al., 2012).
- Las mujeres tienen más tiempo limitado y, por lo tanto, están más desfavorecidas por los procedimientos que requieren mucho tiempo (Ellis, 2007; Mori, 2014)
- Las mujeres tienen menos información que los hombres sobre las regulaciones y sus derechos, debido a limitaciones educativas y redes más pequeñas. En Tanzania, muchas mujeres no conocían los procedimientos de registro y sobreestimaron el costo del registro (Mori, 2014).

### 3.6. Conclusión

En resumen, se puede afirmar que hoy día, las empresas gestionadas por mujeres son todavía en gran parte empresas informales: como se señaló anteriormente, las mujeres son mayoría en la economía informal y están menos presentes como propietarias de empresas formales (ILO, 2018). El papel de la mujer como empresaria en la BdP y por ende en el sector informal es importante tanto para la lucha contra la pobreza como para el desarrollo empresarial de sus países. Muchos autores han analizado sus carencias y las barreras a las que se enfrentan, pero no se han visualizado de la misma manera sus capacidades y potencial.

La existencia de mujeres emprendedoras que participan como actores principales en la lucha contra la pobreza no se ha visibilizado suficientemente en los trabajos de investigación sobre la BdP. Estas mujeres emprendedoras, con el apoyo de las políticas adecuadas, pueden desarrollar sus negocios, formalizarlos y contribuir al desarrollo de sus países.

Si queremos desarrollar el sector informal y formalizarlo, el papel de la mujer microempresaria debe ser parte fundamental de cualquier iniciativa encaminada a ello. Pero las iniciativas y las políticas deben basarse en potenciar las capacidades de las mujeres para derribar las barreras, no en eliminarlas sin contar con ellas.

Dos de las actividades claves para el desarrollo de las capacidades empresariales de las mujeres microempresarias son la formación y la creación de asociaciones. La formación empresarial de las mujeres microempresarias basadas en sus capacidades y necesidades, necesita de un análisis previo de las mismas para que tenga un impacto efectivo en el desarrollo de las habilidades empresariales de las mujeres. Así mismo la creación de asociaciones de mujeres microempresarias, deben ser promovidas de acuerdo a las realidades a las que se enfrentan las mujeres, pero siempre lideradas por ellas.

Esta tesis doctoral pretende avanzar en este sentido para, a través de la comprensión de sus motivaciones, capacidades y limitaciones, proponer políticas que ayuden a desarrollar sus negocios y permitan el desarrollo de los mercados de la BdP teniendo en cuenta el enfoque de género.



## **CAPÍTULO CUARTO: ANALISIS EMPIRICO. ESTUDIO DE CASO: TANZANIA.**

### **4.1. Introducción**

La economía de Tanzania ha experimentado un cambio significativo y positivo en los últimos años. El PIB creció un 4,90 % en 2021, frente al 4,8 % de 2020, respaldado por la recuperación económica mundial. El crecimiento estuvo impulsado por la agricultura y los servicios por el lado de la oferta y el consumo final y la inversión por el lado de la demanda (AfDB, 2022). El 1 de julio de 2020, Tanzania obtuvo el estatus de País de Ingreso Medio-Bajo según la definición del Banco Mundial. El ingreso nacional bruto (INB) per cápita continuó su progresión de 1080 dólares norteamericanos en 2020 a 1140 dólares norteamericanos en 2021 (World Bank, 2022).

La población total del país es de aproximadamente, 61.5 millones (World Bank, 2022). A pesar del crecimiento económico sostenido y una disminución persistente de la pobreza, el número absoluto de personas pobres aumentó de 13 millones en 2007 a 14 millones en 2020 (World Bank, 2020). La vulnerabilidad también sigue siendo alta: de cada cuatro tanzanos que salieron de la pobreza, tres cayeron en ella. Un gran número de personas que no son pobres y que viven justo por encima de la línea de pobreza corren el riesgo de caer por debajo de ella (Belghith y otros, 2019).

En 2018, el 32 por ciento de la población vivía en áreas urbanas, en comparación con el 29 por ciento en 2012. A medida que se aceleraba la urbanización, el aumento de los pobres fue proporcionalmente mayor en áreas urbanas, pero la mayoría aún vive en áreas rurales. Más del 80 por ciento de los pobres (11,3 millones) continúan viviendo en áreas rurales, donde 3,5 millones de ellos sufren pobreza extrema; en las zonas urbanas, 2,6 millones viven en la pobreza y 745.000 en pobreza extrema (Belghith et al., 2019).

### **4.2. El emprendimiento en Tanzania**

El desarrollo empresarial en Tanzania se puede remontar a tres períodos: pre colonial, colonial e independencia. Por razones de conveniencia, el período de independencia se subdivide en dos períodos: 1961-1985, caracterizado por una economía dirigida por el estado, excepto por el breve período de 1961-1966 y el periodo a partir de 1986, caracterizado por una economía impulsada por el mercado (Richardson et al., 2004).

Koda (1997) afirma que, en la época pre colonial, el desarrollo empresarial se caracterizó por diferentes actividades productivas llevadas a cabo por artesanos y comerciantes para satisfacer las necesidades de la sociedad. En el curso de la realización de tales actividades, se produjo la diferenciación de género, de manera que ciertas actividades se consideraron masculinas mientras que otras se consideraron femeninas. También señala que a los

empresarios, independientemente de su género, normalmente se les otorgaba un estatus superior en la sociedad (Koda, 1997).

La imposición del colonialismo en la segunda mitad del siglo XIX interrumpió brutalmente el desarrollo empresarial independiente entre los artesanos y comerciantes, mediante la introducción de una economía para satisfacer los intereses del poder colonial. Las empresas transnacionales o sus subsidiarias reemplazaron forzosamente a los empresarios indígenas (Mbughuni y Mwangunga, 1989). Del mismo modo, los bancos comerciales coloniales sofocaron el desarrollo del espíritu empresarial indígena operando de manera discriminatoria contra los comerciantes africanos según lo dictado por los gobiernos coloniales. Los africanos en Tanganyika no podían solicitar un préstamo bancario sin obtener el permiso del gobierno (Rugumamu, 1999). Esta restricción estaba de acuerdo con una legislación colonial llamada La Ordenanza de Crédito a los Nativos (Restricción) de 1931. Si bien estas restricciones se aplicaron a todos los empresarios indígenas, es plausible argumentar desde una perspectiva de género, como lo hace Koda, que, bajo tal situación, las mujeres empresarias estaban más desfavorecidas debido a las relaciones patriarcales existentes (Koda, 1997).

El resultado de esta situación fue que, cuando llegó la independencia en 1961, las empresarias africanas estaban en peor situación debido a una combinación de factores como la educación y la formación colonial que contribuían al desequilibrio de género en el desarrollo del espíritu empresarial, así como a prácticas culturales que negaban a las mujeres la oportunidad de heredar propiedades, incluida la tierra (Koda, 1997).

Cinco años después de la independencia, Tanzania adoptó la política de Socialismo y Autosuficiencia en 1967 a través de la Declaración de Arusha. En consecuencia, los principales medios de producción, distribución e intercambio fueron nacionalizados. Se establecieron empresas públicas para administrar las entidades nacionalizadas, así como las nuevas que se establecieron. Al mismo tiempo, dado el nivel extremadamente bajo de desarrollo empresarial entre los africanos en la independencia, el gobierno emprendió algunas iniciativas para promover el espíritu empresarial en el país. Una de esas iniciativas fue el establecimiento de la Corporación Nacional de Pequeñas Industrias (NSIC) en 1967 como una subsidiaria de la National Development Corporation (NDC). Su misión era proporcionar capacitación a artesanos en áreas rurales. En la práctica, proporcionó algunas de esas actividades en algunas regiones. En el momento de su abolición en 1974, no tuvo ningún impacto práctico. La Organización de Desarrollo de Pequeñas Industrias (SIDO) la reemplazó en el mismo año (Richardson et al., 2004).

Después de la independencia, a pesar de los cambios introducidos en la política, con respecto al emprendimiento femenino, los factores que afectaron el desarrollo de la iniciativa empresarial de las mujeres durante el período colonial continuaron presentes (Koda, 1997). Los empresarios que lograron sobrevivir durante este período enfrentaron muchos problemas, incluyendo un entorno legal deficiente, falta de acceso a las finanzas, un sistema engorroso de licencias comerciales, un complejo sistema impositivo, numerosas leyes sobre normas y

una enorme cantidad de impuestos. El efecto acumulativo de estos problemas y las dos décadas de control estatal de la economía y el desarrollo empresarial en el país, fue que el potencial para el surgimiento de iniciativas empresariales se redujo drásticamente (Mwasalwiba et al., 2012).

Desde 1986, Tanzania comenzó a liberalizar la economía a partir de su aceptación de los Planes de Ajuste Estructural patrocinados por el FMI y el Banco Mundial. En este sentido, el gobierno introdujo muchas reformas a favor del desarrollo del sector privado. En consecuencia, hoy el gobierno reconoce que su función es facilitar al sector privado y a otros agentes económicos para lograr un rápido crecimiento económico y desarrollo. Con el fin de crear un entorno propicio para el desarrollo del sector privado, el gobierno ha liberalizado la economía, modificado y promulgado varias leyes y políticas relacionadas con la inversión, llevado a cabo reformas financieras, liberalizado el régimen comercial y puesto en marcha un paquete de medidas para atraer inversiones (Mwasalwiba et al., 2012). Los esfuerzos del gobierno para desarrollar el sector privado y el emprendimiento se han centrado en tres áreas: desarrollo de políticas, instituciones y otras iniciativas. Con respecto al desarrollo de políticas, Tanzania Development Vision 2025, la Política de Desarrollo Industrial Sostenible: 1996-2020 (SIDP), la Política Nacional de Microfinanzas, la Política de Minerales de Tanzania, la Política Nacional de Empleo y la Política de Desarrollo de Pequeñas y Medianas Empresas de 2003, son los más importantes que influyen en el desarrollo del sector de las PYME (URT, 2003).

### **4.3. El sector informal en Tanzania**

#### **Historia del sector informal en Tanzania**

La historia del sector informal en Tanzania no es muy diferente de la historia de la informalidad en cualquier país africano. Durante el colonialismo, las políticas de discriminación y las regulaciones restrictivas, como las políticas tributarias, se usaban para mantener a los africanos en áreas rurales, mientras que los colonizadores usaban las ciudades como centros de administración y comercio. A medida que pasó el tiempo, más africanos del campo comenzaron a ingresar a las ciudades como mano de obra barata para las empresas de propiedad europea y surgió una tendencia migratoria rural-urbana. A medida que aumentaba la población africana en las zonas urbanas, el desempleo también comenzó a aumentar. Una vez más, las políticas discriminatorias –esta vez sobre emprendimiento, comercio y finanzas– crearon mercados de “primera” clase para europeos y mercados de “segunda” clase para africanos (Lugalla, 1997).

Dado que el sector laboral no podía absorber el excedente de mano de obra, los inmigrantes rurales desempleados comenzaron a operar como vendedores informales en actividades comerciales pequeñas (como vender alimentos). Después de la descolonización, el hecho de

que la migración interna fuera más fácil condujo a una urbanización rápida y aumento del desempleo. Dado que los servicios públicos tampoco podían atender a la población recién llegada, la vivienda informal y el trabajo por cuenta propia se convirtieron en la norma. Desde entonces, la economía informal ha ido en aumento. Ver tabla 8.

**Tabla número 8. Porcentaje de proporción de migrantes y no inmigrantes en el sector informal debido a la incapacidad de encontrar otro trabajo.**

	<b>Hombre</b>		<b>Mujer</b>	
<b>Estado</b>	<b>Urbano</b>	<b>Rural</b>	<b>Urbano</b>	<b>Rural</b>
<b>No inmigrante</b>	37.9	27.6	37	26
<b>Inmigrante</b>	52.9	37.1	43.3	25.5

Fuente: Traducción propia Tanzania Bureau National Statistics 2007b

La economía informal en Tanzania creció de un nivel bajo, de menos del 10% del PIB oficial a fines de la década de 1960, a una proporción considerable de más del 20% después de mediados de la década de 1980 (Bagachwa y Naho, 1995). A finales del Siglo XX, Tanzania tenía, con un porcentaje del 58.3%, la segunda economía informal más grande de África (Schneider et al., 2000). En algunos sectores, como el sector lácteo, incluso el 90% del mercado a nivel nacional podía estar cubierto por la producción informal (Tripp, 1997). La mayoría de las personas que participan en actividades formales en Tanzania, generalmente, eligen participar también en el sector informal como una forma de aumentar sus ingresos (Schneider et al., 2000).

Después de algunos intentos fallidos de reprimir el sector informal, el gobierno a nivel nacional y local cambió a un enfoque más inclusivo. Actualmente, trata de promover un proceso de formalización, que incluye la formación de sindicatos, el proceso de inspecciones regulares de calidad, así como la provisión de capacitación y certificación a los operadores involucrados (Muller, 2005).

En Tanzania, la definición nacional del sector informal adoptada con fines estadísticos sigue la definición adoptada por la 15ª Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo de 1993 (Internal Conference of Labor Statisticians, 1993). El sector informal se considera como un subconjunto de empresas domésticas o empresas no incorporadas de propiedad en los hogares. Son empresas que no son entidades legales separadas independientes de los hogares o miembros del hogar que los poseen. Las empresas pueden o no emplear mano de obra remunerada, y las actividades pueden llevarse a cabo dentro o fuera de la casa del propietario (NBS, 2007).

Como en otras partes de África, una gran mayoría del sector informal está compuesto por operadores por cuenta propia: en 2004, constituían el 87 por ciento del sector informal en la actividad económica primaria y contribuyó con el 41 por ciento del empleo no agrícola total (Becker, 2004). Del mismo modo, aquellos que informan que trabajan por cuenta propia sin

empleados, también tienen más probabilidades de estar ubicados en el sector informal: el 93 por ciento de los trabajadores por cuenta propia sin empleados estaban en el sector informal en 2006, en comparación con el 77 por ciento de los trabajadores por cuenta propia con empleados (Cojocarú, 2010).

Las mujeres son relegadas a ocupaciones más vulnerables y con salarios más bajos dentro del sector informal. Los trabajadores masculinos, en el sector informal, tienen más probabilidades de estar más arriba en la pirámide o jerarquía ocupacional. Aunque para hombres y mujeres el trabajo por cuenta propia sin empleados es, con mucho, la categoría de empleo más frecuente en el sector informal, la proporción es mayor para las mujeres (Kweka y Fox, 2011).

Los hombres son más propensos que las mujeres a trabajar por cuenta propia con empleados: más de dos tercios de los de esta categoría para la actividad económica principal eran hombres. Esto resalta el mayor nivel de vulnerabilidad entre las mujeres empleadas en el sector informal, que tienden a ser empleadas no remuneradas en empresas domésticas a menor escala (Cojocarú, 2010).

#### **4.4. El emprendimiento de las mujeres en Tanzania**

##### **4.4.1. La situación de la mujer en Tanzania**

Para conocer la posición de la mujer en la sociedad tanzana, es importante tener en cuenta la composición étnica de la población del país, los sistemas de parentesco y la situación al inicio del colonialismo. En este sentido, la abrumadora mayoría (alrededor del 95%) de la población habla bantú, mientras que una pequeña minoría (alrededor del 5%) que se encuentra en la parte centro-norte del país no es bantú. La población que no habla bantú está compuesta por los pueblos de habla khoisan, cusita y nilótica (Sutton, 1969).

Con respecto a los sistemas de parentesco, el sistema patrilineal estaba, y sigue estando, muy difundido en Tanzania, a excepción de algunos grupos étnicos en el centro-este y sudeste de Tanzania, que siguieron, y aún siguen, el sistema de parentesco matrilineal (Kimambo, 1969).

La situación de las mujeres en la Tanzania pre-colonial era difícil. En el Oeste de Tanzania, entre el feudal Wanyambo y Wahaya, las mujeres eran consideradas inferiores y como niños. Entre los Wachagga, fuertemente patrilineales del norte de Tanzania, los roles públicos estaban reservados para los hombres en la medida en que incluso en los casos judiciales, las mujeres tenían que tener un portavoz masculino para representarlas. Además, una mujer siempre debía estar bajo el patrocinio de un hombre: un padre, un esposo, un hermano o un hijo (Swantz, 1985).

El advenimiento del colonialismo no mejoró las cosas para las mujeres. Los administradores coloniales optaron por trabajar con hombres en todos los sectores, dándoles así más poder

frente a las mujeres. Por ejemplo, en educación, la educación de las niñas fue muy restringida bajo el colonialismo. Este enfoque contribuyó a perpetuar e incluso agravar la posición subordinada de las mujeres en el país (Swantz, 1985).

Desde la independencia en 1961, ha habido varios tipos de actores: organizaciones no gubernamentales, agencias gubernamentales, organizaciones internacionales y agencias voluntarias dirigidas a mejorar la posición de las mujeres. Por su parte, el gobierno ha intentado, entre muchas otras acciones, mejorar la situación de las mujeres mediante legislación, por ejemplo, la Ley del matrimonio de 1971 (URT, 1971); Ley de maternidad (Enmienda) de 1975 (URT, 1975); the Musoma Resolution Act, 1976; la Ley de tierras de 1999 y la Ley de tierras de aldeas de 1999 (URT, 1995). Todas estas leyes / actos proporcionan a las mujeres una seguridad que antes no disfrutaban. No obstante, es pertinente señalar aquí que, tener estas legislaciones es una cosa y transformar la situación de las mujeres sobre el terreno es otra (Alsop y Heinsohn, 2005).

#### **4.4.2. El emprendimiento de las mujeres en el sector informal en Tanzania**

Estudios anteriores sobre la migración laboral en Tanzania afirman que las mujeres están mejor representadas en el sector informal que en el sector formal, esto se debe al hecho de que la mayoría de los empleos no requieren certificación. Ya que muchas mujeres no pueden trabajar en el sector formal debido a la falta de educación y habilidades adecuadas, el sector informal les ofrece la oportunidad de practicar y aplicar su capacidad de gestión (Omari, 1995).

Las actividades económicas tradicionales que las mujeres han estado llevando a cabo a nivel familiar pueden clasificarse en tres categorías (Omari, 1989):

- Producción de alimentos y cultivos comerciales.
- Gestión del hogar, servicios y atención.
- Comercio o negocio.

Durante el período de movilización masiva y creación de conciencia para el apoyo de la política de Ujamaa y la autosuficiencia en la década de 1970, se hizo un llamado a las mujeres para participar en la economía monetaria. Sin embargo, es dudoso que, durante este período en la historia política de Tanzania, los líderes políticos tuvieran una idea clara del papel que el sector informal estaba desempeñando en la economía nacional. Es posible que solo les preocupara que las mujeres entraran más en el sector formal. Incluso aquellas que se unieron al empleo formal, terminaron en trabajos mal pagados, principalmente debido a la falta de educación y habilidades (Meghji 1977; Swantz 1985).

La crisis económica de la década de 1980 obligó a muchas mujeres a realizar negocios informales. No está claro si el llamado de los políticos tanzanos a fines de los años sesenta y principios de los setenta diera un impulso a esta medida. Pero lo que está claro es que los cambios sociales espontáneos que tuvieron lugar en el país obligaron a las mujeres a utilizar

su potencial creativo de manera más positiva, a menudo yendo más allá de su lugar y rol tradicionalmente asignados en la sociedad (Omari 1989).

En su análisis situacional de las mujeres en el empleo, Kasungu (1990) clasifica a las mujeres en el sector informal en tres grupos:

- Primero, tenemos amas de casa y madres que están en casa pero que obtienen ingresos de sus actividades económicas informales, que es el doble o tres veces mayor que la de sus esposos / parejas masculinas.
- En segundo lugar, hay mujeres empleadas que están en los rangos inferiores y cuyos ingresos del empleo oficial son insuficientes para cumplir con los requisitos mínimos del hogar.
- Tercero, están las mujeres con altos salarios que usan sus oficinas para administrar sus negocios informales. Estas, como sus homólogos masculinos, pasan la mayor parte de su tiempo fuera de la oficina haciendo sus negocios. Normalmente este grupo de mujeres usa sus oficinas como un lugar de contacto para sus negocios.

Dado que el negocio y los tipos de productos vendidos en el sector varían en tamaño, las mujeres en Tanzania se dedican a los negocios de acuerdo con su capacidad financiera y conocimiento para manejar el negocio. En este sentido, es un sector abierto y cerrado. No hay especialización y, por lo tanto, las personas pueden entrar y salir fácilmente. Al mismo tiempo, algunas mujeres pueden no sentirse cómodas participando en ciertas actividades clasificadas como negocios informales. Por ejemplo, a muchas mujeres no les gusta asociarse con la prostitución y la elaboración de cerveza ilícita, aunque algunos académicos las clasifican como negocios informales. Sin embargo, otros sienten que no tienen otra alternativa que comprometerse en tales trabajos (Omari 1989).

También es una cuestión de género. La mayoría de los negocios realizados por mujeres en este sector, se encuentran dentro de la división tradicional del trabajo basada en el sexo. Por lo tanto, no es sorprendente que, incluso la comunidad internacional y las agencias tiendan a favorecer y apoyar las actividades económicas de las mujeres en Tanzania, que caen bajo la división tradicional del trabajo (Omari 1989).

Algunas de las mujeres de clase alta están involucradas en la exportación de langostas, horticultura y negocios de ropa. A diferencia de Kenia, Tanzania no tiene grupos fuertes de mujeres que exporten artesanías. Es lamentable que, en Tanzania, tanto hombres como mujeres carezcan de los requisitos comerciales más básicos, como capital viable, agresividad y estrategias de comercialización. Solo las mujeres de la clase alta tienen la oportunidad de obtener préstamos de los bancos (Obbo, 1982).

Existe una relación entre el estrato social de las mujeres y el sector formal. La mayoría de las mujeres de clase baja se dedican al sector de servicios que afecta a la clase trabajadora.

Proporcionan servicios esenciales que los trabajadores comunes no pueden obtener fácilmente en otros lugares (Obbo, 1982).

#### 4.5 Estudio de campo y tamaño de la muestra.

Como comenté en el capítulo introductorio, mi elección de Tanzania se basa en el conocimiento del país durante mi experiencia profesional en el mismo tanto en la Cruz Roja, con programas de refugiados y desarrollo comunitario, como en la Fundación Magdala realizando programas de microcréditos en colaboración con el Grameen Trust del Profesor Yunus.

Para realizar el estudio de Tanzania elegí una zona administrativa (Kunduchi) de un distrito periurbano (Kinondoni) de la capital de Tanzania (Dar es Salaam). Las razones para la elección de esta zona son las siguientes:

- Es una zona alejada de la capital, pero con una gran variedad de actividades comerciales que pueden representar adecuadamente las actividades que realizan las mujeres en el sector informal en Tanzania.
- Había trabajado en la zona anteriormente con microcréditos, viendo la variedad de actividades comerciales de la misma, y había desarrollado un estudio de base que mostraba una prevalencia de la pobreza extrema del 80 por ciento.

La zona del estudio comprende principalmente Ntongani, pero también vamos a estudiar dos zonas colindantes que están en la misma región, Pwani y Africana, delimitada por una de las carreteras que conecta la capital Dar es Salaam con la región de Bagamoyo y la costa. En esa zona, como he mencionado antes, hay una gran variedad de entornos económicos y la muestra comprende a beneficiarias de todos ellos, cuyas características principales son las siguientes:

- **Carretera principal.** Es la carretera principal de Kunduchi que atraviesa Ntongani y que lleva a Bagamoyo Road, que es una de las carreteras principales que salen de Dar Es Salaam y se dirige a la provincia de Bagamoyo hacia el sur del país. La actividad comercial a lo largo de la carretera principal se beneficia no sólo de la clientela de Ntongani, ya que es una zona muy transitada en sí misma, sino también de las personas que viajan desde Kunduchi hasta Dar Es Salaam o hacia el sur del país. Por lo general, los clientes que viajan están dispuestos a pagar precios mayores que la población de Ntongani. La tipología de actividad comercial varía desde la venta ambulante, hasta la tienda “oficial” que paga impuestos, pasando por tiendas informales ya sea con una mesa y sillas o usando una casa que da a la calle.



- **Mercado.** La zona del mercado está dominada por el mercado central que, bajo su techo de madera, alberga muchos puestos de alimentos (verduras, pescado y frutas). Curiosamente la venta de carne se realiza en muy pocas tiendas especializadas que están alrededor del mercado y que se asemejan a nuestras carnicerías, aunque la disponibilidad de carne es muy limitada y cara.

La actividad comercial en esta zona de Ntongani se beneficia de un gran trasiego de clientes y eso lleva a una gran variedad de actividades comerciales, desde tienda de alimentos, restaurantes, tiendas de ropa, telefonía, música, peluquerías, venta de comida rápida, etc. Las actividades comerciales del mercado merecen un estudio específico, ya que hay muchas tiendas vendiendo el mismo género una al lado de la otra, y desarrollando muchas sinergias entre ellas.

Las calles alrededor del mercado están llenas de tiendas, aunque no todas las calles se benefician del mismo tráfico de personas. Las menos transitadas dirigen su actividad hacia las personas que viven en esa zona y no tanto hacia los clientes del mercado.

- **Ntakuja.** Esta zona de Ntongani está a continuación de la zona del mercado pero es más una zona donde vive la gente y los negocios están dirigidos hacia los residentes en esta zona del barrio. La actividad comercial es menos numerosa y variada, y además está concentrada al principio de la calle, no muy alejada de la carretera principal de Kunduchi. Esta zona está delimitada por la calle que lleva al hotel Kunduchi y la calle Bahari Beach.
- **Bahari Beach.** Es la zona a continuación de Ntakuja y está delimitada por la calle Bahari Beach y Silver Sand. Es una zona más alejada del mercado que Ntakuja y eso repercute en menos población y menos actividad económica. La actividad es menos numerosa, menos variada, más concentrada al principio de la calle y dirigida a los residentes en el barrio.
- **Silver Sand.** Es la zona a continuación de Bahari Beach y por lo tanto la más alejada del mercado en Ntongani en esta zona. Al igual que en Bahari Beach, la actividad económica se concentra al principio de la calle y hacia el medio de la misma. Como curiosidad hay al principio de la calle una tienda de repuestos para motos que regenta una de las mujeres que ha formado parte del estudio.
- **Meko.** Es la zona a continuación del mercado pero en sentido contrario a Bahari Beach, en este caso es la zona cercana a la intersección con Bagamoyo Road. Al igual que Bahari Beach, la actividad es menos numerosa que en la zona del mercado, menos variada, dirigida principalmente a los residentes en esta zona y concentrada al principio de la calle, intentando conseguir clientes de la carretera principal.

- **Beach.** Este barrio es el más cercano a la playa en esta parte de Ntongani y las familias que lo habitan se dedican a la agricultura y son proveedores de alimentos al mercado de Ntongani. Las familias que habitan este barrio cultivan verduras que venden al mercado y al mismo tiempo ponen en marcha negocios para los residentes de esta zona.
- **Ntongani.** Es el barrio que está frente al mercado pero separado por la carretera principal y que da nombre a la zona. Este barrio disfruta de mayor actividad económica que Bahari Beach o Meko, pero menos que la zona del mercado. Es una zona donde reside gran parte de la población y eso hace que haya más actividad económica y variada que en las zonas adyacentes. Al igual que en el resto de zonas, cuanto más nos alejamos de la carretera principal menos actividad económica y variedad encontramos, reduciéndose esta a pequeñas tiendas de productos para la casa dirigida a los residentes de esa parte de Ntongani que se llama Mashimani. Esta se ve limitada por la zona de enfrente de Bahari Beach por un campamento militar, con lo que esta parte de Ntongani es más pequeña que la parte del otro lado de la carretera. Por el contrario, hacia el interior, encontramos otro entorno económico muy interesante que es la zona de la cantera.
- **Schule.** Es la zona donde están situadas las escuelas primarias y secundarias de Ntakuya y de Ntongani. Es una gran explanada y a sus alrededores se han instalado muchas tiendas para atender las necesidades de los alumnos, sus familias y el profesorado. La ubicación de los negocios se reparte en función del mercado al que se dirijan. Así por ejemplo las tiendas o negocios ambulantes que se dirigen a los alumnos y sus familias están en la calle de acceso a los colegios, mientras que, en la calle trasera, hay restaurantes y venta ambulante de comida que se concentran en el profesorado. Las razones esgrimidas por las mujeres entrevistadas es que, el profesorado prefiere estar tranquilo mientras come y que sus preferencias son distintas a las del alumnado.
- **Mashimani (Kokoto place).** Es la zona donde encontramos una cantera de piedras que no está explotada por ninguna empresa o compañía y la explotan personas particulares mediante el pago de una licencia de explotación. La actividad económica en la cantera es extraer y romper las piedras en diferentes tamaños para venderlas para la construcción. Esto ha llevado a que algunas personas compren la licencia para explotar una pequeña parcela empleando a otras personas o explotándolas ellos mismos. También han surgido compradores de piedras que actúan como intermediarios, compran las piedras en la cantera y las rompen en sus casas para venderlas ellos directamente a los constructores. Al mismo tiempo, han surgido muchos negocios que prestan servicios a los trabajadores en la cantera,

principalmente restaurantes y bares. Además, muchos de los trabajadores en la cantera han decidido construirse casas cerca de la misma, lo que ha llevado a crear un barrio específico con estas personas y sus familias, con necesidades que van más allá de la comida y bebida. Esto está desarrollando la actividad económica en esta zona de Ntongani, ya que los trabajadores y sus familias disponen de “buenos” salarios para cubrir sus necesidades.

- **Pwani.** Es una de las zonas del estudio, aunque no pertenece a Ntongani. La peculiaridad de Pwani que me llevó a incluirla es que es una zona costera donde habitan la mayoría de los pescadores de la zona de Kunduchi y que abastece de pescados a la zona de Ntongani. Está situado al lado del Hotel Kunduchi al final de la calle del mismo nombre y que separa el barrio del mercado y Ntakuja en Mtongani. Es un barrio con mucha actividad económica alrededor de la pesca y de los pescadores, la interrelación con Ntongani hace necesario su estudio para comprender de manera global este contexto económico.
- **Africana.** Africana es un barrio que no pertenece a Ntongani y la peculiaridad del mismo es que da directamente a la carretera de Bagamoyo Road. El propósito de estudiar este barrio fue compararlo con los barrios que dan a la carretera principal de Kunduchi y ver si la distribución y variedad de los negocios a lo largo del mismo, se correspondían con las de Ntongani.

El barrio de Africana tiene la misma distribución, los principales negocios están al principio del barrio colindando o muy cercanos a Bagamoyo Road. Los negocios son más desarrollados y tienen más beneficios que los de los barrios de Bahari Beach, Meko o Silver Sand en Kunduchi. Desgraciadamente solo pudimos entrevistar a una mujer, ya que tanto ella como su marido aglutinaban, los principales negocios de la calle.

La muestra estudiada comprende a 320 mujeres de los anteriores entornos económicos, y se distribuyen de acuerdo a la tabla 1.2, que vimos en el capítulo de introducción.

#### **4.6. Análisis de los datos de Tanzania.**

##### **4.6.1. Características del emprendimiento de las mujeres de la Base de la Pirámide en Tanzania.**

- **Características sociodemográficas**

En la tabla 9, se pueden observar las principales características demográficas de las mujeres emprendedoras de Tanzania y de sus familias. La gran mayoría están casadas, tienen un nivel

reducido de educación, son capaces de ahorrar (aunque pequeñas cantidades), tienen acceso al crédito y tienen un nivel bajo de endeudamiento.

**Tabla número 9. Características socioeconómicas de las mujeres, en Tanzania.**

Tanzania	%
Situación social: Casada	61%
Nivel de Estudios: Primaria	84%
Mujeres que ahorran	89%
Destino del ahorro: Salud	37%
Mujeres que tienen acceso al crédito	53%
Mujeres que tienen acceso al crédito a través de Instituciones Micorfinancieras	90%
Mujeres con deudas distintas del crédito	5%

Tanzania	Mediana
Edad	28,5
Numero de miembros de la familia a cargo de la mujer	4
Años residiendo en la comunidad	10

Tanzania	Mediana USD
Ingresos diarios	3,58
Ingresos diarios per capita	0,76
Montante que ahorran	1,3

- **La visión empresarial de las mujeres emprendedoras**

En cuanto a la visión empresarial de las mujeres emprendedoras de Tanzania, como se muestra en la tabla 10, vemos que la motivación para poner su negocio responde a argumentos de “necesidad”, eligen la actividad en función del presupuesto que disponen, realizan algún tipo de estudio previo y ponen en marcha sus negocios con fondos propios.

Además, el 90% de las mujeres están gestionando su primer negocio. Si además tenemos en cuenta los datos relativos a la mediana de la antigüedad de la mujer gestionando su negocio actual, 4 años, y la mediana de la edad de las mujeres, 28,5 años, esto nos indica que la tasa de supervivencia de los negocios es alta.

**Tabla número 10. Visión empresarial de las mujeres, en Tanzania.**

Tanzania	%
Motivación para empezar sus negocios: Mejorar mis condiciones de vida	48%
Elección del negocio: Se ajustaba a mi presupuesto	65%
Emplazamiento del negocio: Ambulante	52%
Estudios previos a la puesta en marcha del negocio	51%
Estudios previos a la puesta en marcha del negocio: Beneficio	36%
Capacidad de análisis de la evolución de su negocio	79%
Capacidad de análisis de la evolución de su negocio; Aumento clientes	46%
Fuente de financiación de la puesta en marcha del negocio: Ella	54%
Porcentaje de mujeres gestionando su primer negocio	90%
Razón principal fracaso primer negocio: Rentabilidad	40%
Satisfacción con su negocio	95%
Razón de la satisfacción: Beneficio	72%
Quieren hacer mejoras en su negocio	89%
Mejora: Captar más clientes	36%

Tanzania	Mediana
Madurez del negocio: años	4

Tanzania	Mediana USD
Cantidad inicial con la que pusieron en marcha su negocio	14

- **La gestión de los negocios de las mujeres emprendedoras**

En la tabla 11, se pueden observar las principales características relativas a la gestión de los negocios de las mujeres emprendedoras de Tanzania. Sólo el 39% toma sus decisiones consultando al marido, lo que refleja un porcentaje bajo ya que el 61% están casadas. Si además añadimos el 0,4% de las que consultan al padre, el 0,4% que consulta al novio y el 1,3% al hermano, vemos que sólo el 40% las mujeres encuestadas consultan a las figuras masculinas dominantes en las familias. Es interesante destacar también que de las 20 mujeres que declararon consultar a otra categoría distinta de la preguntada, 11 respondieron que pedían consejo a sus clientes. Respecto a las relaciones con los proveedores, el 73% de las mujeres entrevistadas cambia de proveedor frecuentemente. La razón principal del cambio es el precio del producto. Esto influye en la relación con los proveedores, ya que al ser a tan corto plazo la relación no se genera las condiciones para establecer una confianza que pueda

llevar a desarrollar una relación más estable y en mejores condiciones. En cuanto al pago de impuestos (formales e informales), podemos ver el grado de informalidad de los negocios dentro de la Base de la Pirámide. Siendo una región alejada de la capital, el núcleo urbano más próximo, y con una prevalencia de pobreza extrema muy alta se podía presuponer que la informalidad de los negocios es la tónica dominante.

**Tabla número 11. Gestión de los negocios de las mujeres, en Tanzania.**

Tanzania	%
Piden consejo a la hora de tomar decisiones	49%
A quien piden consejo a la hora de tomar decisiones: Marido	39%
Numero de veces que compran insumos a la semana: 7	42%
Donde almacenan los insumos de sus negocios: Casa	59%
Metodo de pago a los proveedores: metálico	96%
Cambian de proveedores	73%
Razon principal del cambio de proveedor: Precio	100%
Negociacion con proveedores	51%
Negociacion con proveedores: Precio	92%
Controlan el número de clientes y comparan	64%
Buscan activamente a los clientes	24%
Como cuidan a sus clientes: amables con ellos	51%
Como buscan nuevos clientes: nuevos productos o servicios	50%
Venden a crédito	23%
Registran los gastos e ingresos del negocio	97%
Saben calcular el beneficio del negocio	95%
Comparan los beneficios pasados con actuales	91%
Invierten beneficios en el negocio	64%
Destino de la inversión en el negocio: insumos	88%
Riesgos del negocio: Desastres Naturales	30%
Intentan gestionar el riesgo identificado	26%
Pago de Impuestos	13%
Tipo de impuesto: Autoridades	85%

Tanzania	Mediana
Numero de trabajadores en sus negocios	2,5
Número de proveedores que tienen	3

- **El perfil psicológico de las mujeres emprendedoras**

Como se observa en la tabla 12, el perfil psicológico de las mujeres emprendedoras de Tanzania muestra que la gran mayoría se consideran optimistas, creativas, independientes, líderes, amigables, muy trabajadoras, sociables, ordenadas, capacitadas para dar consejos, tomar decisiones, les gusta tener competencia, los cambios, prefieren ser y se ven como empresarias, pero sin embargo, sólo el 38% quieren que sus hijos sean empresarios.

**Tabla número 12. Perfil psicológico de las mujeres, en Tanzania.**

Tanzania	%
Se sienten capacitadas para dar consejos a otras empresarias	90%
Preferencia de ser empresaria frente a asalariada	97%
Se consideran Optimistas	97%
Se consideran Creativas	86%
Se consideran Independientes	93%
Se consideran Líderes	93%
Se consideran Amigables	91%
Se consideran Muy trabajadoras	88%
Les gusta mirar hacia el futuro	92%
Se consideran Sociables	93%
Les gusta tomar decisiones	96%
Les gusta tener competencia	65%
Les gustan los cambios	92%
Se consideran Ordenadas	95%
Se ven como Empresarias	75%
Quieren que sus hijos/as sean Empresarios/as	38%

#### 4.6.2 Factores de éxito entre las emprendedoras de la Base de la Pirámide en Tanzania.

Para identificar factores de éxito entre las mujeres entrevistadas comparamos las 30 con menores ingresos y las 30 con mayores ingresos. Realizando este análisis vamos a identificar qué factores, elementos o actitudes son necesarios para tener éxito en sus negocios. Esto nos puede llevar a realizar recomendaciones en torno a la formación o la identificación de mujeres emprendedoras sobre las que desarrollar políticas de lucha contra la pobreza. La mediana de los ingresos de las mujeres del Grupo 1 es 3.333 Tanzanian Shilling (1,3 dólares norteamericanos) por familia mientras que en el Grupo 2 es de 100.000 Tanzanian Shilling (43,2 dólares norteamericanos).

En la tabla 13, se observan las características sociodemográficas los dos grupos de mujeres emprendedoras en Tanzania. Podemos apreciar una mejor formación académica en el Grupo 2, ya que un 30% de las mujeres han finalizado la secundaria frente a sólo un 17% del Grupo 1. En cuanto al acceso al crédito, encontramos importantes diferencias. Es mayor en el Grupo 2, con una diferencia del 23%. Además en el Grupo 2 hay mujeres que tienen acceso al crédito a través de la banca formal y representan el 21%. En cuanto al ahorro, en el Grupo 2 ahorra el 100% de las mujeres frente al 20% del Grupo 1. Esta diferencia puede ser importante ya que el ahorro para imprevistos es uno de los elementos que las mujeres

aconsejan a las que empiezan y una de las lecciones que aprendieron aquellas que fracasaron con su primer negocio.

**Podemos identificar como posibles factores de éxito:** una mejor formación académica, el acceso al crédito y el ahorro.

**Tabla número 13. Comparativa del perfil socioeconómico entre los dos grupos, en Tanzania.**

Tanzania	Grupo 1	Grupo 2
Estatus social: Casadas	70%	63%
Estudios: Secundaria	17%	30%
Ahorro	80%	100%
Acceso al crédito	40%	63%

Tanzania	Mediana	Mediana
Ingresos USD	2,3	4,3
Edad	37	35,2
Tamaño de la familia	4,1	4,4
Arraigo en la comunidad	10	5

En la tabla 14, se observa la iniciativa empresarial de las mujeres emprendedoras de los dos grupos de Tanzania. Podemos apreciar que el número de estudios de viabilidad previos a la puesta en marcha del negocio es mayor en el Grupo 2, 72 frente a 24, que en el Grupo 1. Respecto a la fuente de financiación mayoritaria del negocio, vemos que es la misma en los dos grupos –con sus propios fondos”. Pero la mayor diferencia es que en el Grupo 2, el 16,7% de las mujeres financiaron sus negocios con microcréditos, frente a sólo un 3,3% del Grupo 1. Además, la mediana de la cantidad con que las 320 mujeres pusieron en marcha sus negocios es 13,8 dólares norteamericanos, frente a la mediana de las mujeres del Grupo 1 que es 7 dólares norteamericanos, y del Grupo 2 que usaron 23 dólares norteamericanos.

**Podemos considerar factores de éxito:** el capital inicial, los estudios de viabilidad y la antigüedad en el negocio. El emplazamiento no lo he elegido ya que puede ser más una consecuencia del éxito del negocio que un factor de éxito.



**Tabla número 14. Comparativa de la iniciativa empresarial entre los dos grupos, en Tanzania.**

Tanzania	Grupo 1	Grupo 2
Donde desarrollan su actividad empresarial	47% (Ambulante)	63% (Tienda)
Motivación para poner el negocio: Mejorar condiciones de vida	57%	53%
Razones para elegir esa actividad: Presupuesto	59%	36%
Estudios de viabilidad: Clientes	42%	33%
Fuente financiación negocio: Propios fondos	47%	77%
Piden consejo	43%	77%
Actualmente 1er negocio	78%	80%

Tanzania	Mediana	Mediana
Arraigo en la comunidad	10	5
Antigüedad del negocio	3	4
Cantidad puesta en marcha negocio	7 \$	23 \$

En la tabla 15, se observan las capacidades de gestión de las mujeres emprendedoras de los dos grupos de Tanzania. Respecto a la diferencia del número de trabajadores, esto podría considerarse más una consecuencia del éxito del negocio que un factor del éxito del mismo. Lo mismo podemos decir en relación con la gestión y almacenamiento de sus productos. Ya que la diferencia en el lugar de almacenaje de los insumos podemos considerarla más como una consecuencia del éxito del negocio, tener un establecimiento para el negocio, que un factor generador del mismo. Podemos apreciar también el hecho de que las mujeres del Grupo 2 consulten más antes de tomar una decisión y que diversifican las personas a las que piden consejo. En relación con los proveedores, la mediana de proveedores en el Grupo 1 es 2,3 frente al 4,3 en el Grupo 2. Y mientras que en el Grupo 1 solo el 47% de las mujeres cambian de proveedor, en el Grupo 2 este porcentaje alcanza el 83%. Hay una diferencia significativa entre el mayor número de proveedores que tiene el grupo 2 frente al Grupo 1, y las veces que cambian de proveedor. Esta diferencia si puede ser un factor de éxito, pues significaría que las mujeres del Grupo 2 tienen más posibilidades de elegir el mejor proveedor frente a las del Grupo 1. Respecto a la gestión del riesgo, el hecho de que las mujeres del Grupo 2 tomen medidas para prevenir los riesgos en un porcentaje mayor, sí que podemos considerarlo como factor de éxito. Finalmente, el pago de impuestos (formales e informales), según lo observado durante las entrevistas, es más una consecuencia del éxito del negocio que una causa del éxito del mismo.

**Podemos considerar factores de éxito:** consultar antes de tomar decisiones, tener acceso a muchos proveedores y tomar medidas para prevenir los riesgos identificados.

**Tabla número 15. Comparativa de la gestión de los negocios entre los dos grupos, en Tanzania.**

Tanzania	Grupo 1	Grupo 2
Número de empleados que tienen	80% (No empleados)	57% (Empleados)
Piden consejo	43%	77%
Donde almacenan los insumos para el negocio	73% (Casa)	63% (Negocio)
Cambian de proveedores	47%	83%
Se preocupan por sus clientes	100%	100%
Venden a crédito	40%	17%
Invierten sus ahorros en el negocio	63%	57%
Toman medidas para prevenir o mitigar los riesgos del negocio	43%	77%
Llevan un seguimiento de los gastos	87%	100%
Llevan un seguimiento de los ingresos	93%	100%
Calculan los beneficios	90%	100%
Comparan los beneficios con los obtenidos previamente	87%	100%
Pagan impuestos por tener un negocio	0%	37%
Tienen planes de futuro para sus negocios	93%	100%

Tanzania	Mediana	Mediana
Numero de proveedores	2,3	4,3

En la tabla 16, se observa el perfil psicológico de las mujeres emprendedoras de los dos grupos. No se observan diferencias significativas entre el Grupo 1 y el Grupo 2. La única diferencia que se observa es respecto a la competencia, al 83% de las mujeres del Grupo 1 les gusta tener competencia frente al 47% de las mujeres del Grupo 2.

**Resumiendo:** No se observan diferencias a nivel de perfil psicológico.

**Tabla número 16. Comparativa del perfil psicológico entre los dos grupos, en Tanzania.**

Tanzania	Grupo 1	Grupo 2
Se consideran capacitadas para dar consejos	80%	80%
Se consideran empresarias	70%	77%
Se consideran optimistas	93%	100%
Se consideran creativas,	83%	100%
Se consideran muy trabajadoras	100%	100%
Se consideran independientes	97%	100%
Se consideran líderes	93%	100%
Se consideran amigables	100%	100%
Les gusta socializar	100%	100%
Les gusta tomar decisiones	93%	100%
Les gusta planificar el futuro	93%	97%
Les gusta tenerlo todo organizado	100%	100%
Les gusta trabajar con más gente	100%	97%
Les gusta los cambios	100%	100%
Les gusta la competencia	83%	47%
Sin miedo a los riesgos	30%	33%

#### 4.6.2.1. Análisis estadístico de los posibles factores de éxito

##### 4.6.2.1.1. Análisis de regresión y comparación de los posibles factores de éxito encontrados

Se realizó un análisis de regresión entre la variable dependiente planteada (Ingreso del negocio) y las variables asociadas a las mujeres emprendedoras que se identificaron en el punto anterior como posibles factores de éxito.

Este análisis se realizó en primer lugar con los dos grupos identificados (mayor y menor ingreso entre las 320 mujeres). Finalmente se realizó el mismo análisis con las 320 mujeres, para ver si podía identificar factores de éxito diferentes.

#### Variables:

Sociodemográficas (Independientes)

1. Nivel educativo (No=0, Kindergarten=1, Primaria= 2, Secundaria= 3, Higher Education = 4)
2. Acceso al crédito (SI=1, NO=0)
3. Estudios de viabilidad sobre el negocio (SI=1, NO=0)
4. Años en el negocio
5. Han estado siempre en la misma localización (SI=1, NO=0)
6. Capital inicial del negocio

7. Piden consejo antes de tomar decisiones (SI=1, NO=0)
8. Número de proveedores
9. Desarrollan estrategias para lidiar con los riesgos del negocio (SI=1, NO=0)
10. Primer negocio (SI=1, NO=0)
11. Experiencia previa en el sector del negocio (SI=1, NO=0)
12. Mira el futuro con miedo (SI=1, NO=0)
13. Ahorro (SI=1, NO=0)

### Dependiente

1. Ingreso del Negocio

Todos los análisis se realizaron haciendo uso del software estadístico SPSS (versión 24) y tomando como nivel de significación un p-valor inferior a 0,05.

### Análisis previo de los datos

Se revisó de forma previa los datos, de manera que se obtuvieran de forma descriptiva las principales características de estos, así como posibles valores perdidos y/o anomalías que puedan ser importantes para el análisis de regresión a posteriori.

Las características de la muestra a estudio se pueden ver en las tablas 4.11 y 4.12. Destacar que los datos no presentan valores anómalos y que sólo hay algunos valores perdidos en ciertas variables, que se pueden comprobar en los tamaños muestrales concretos de cada variable.

### Tabla número 17. Características de las mujeres (variables continuas).

Tabla 17. Características de las mujeres (variables continuas)		
n = 320	Media	DS
Ingresos del negocio	30747,2 9	43616,8 1
Capital Inicial	222268, 51	577592, 66
Años en el negocio	5,95	5,66
Número de proveedores	3,43	2,24

**Tabla número 18. Características de las mujeres (variables discretas).**

Tabla 18. Características de las mujeres (variables discretas)			
n = 320		n	%
Nivel educativo	No	28	8,8
	Primaria	246	76,9
	Secundaria	42	13,1
	Higher Education	2	,6
Acceso al crédito	Si	159	49,7
	No	161	50,3
Estudio de viabilidad	Si	160	50,0
	No	160	50,0
Misma localización	Si	56	17,5
	No	264	82,5
Piden consejos	Si	165	51,6
	No	155	48,4
Estrategias de riesgo	Si	237	74,1
	No	83	25,9
Primer negocio	Si	74	23,1
	No	246	76,9
Experiencia previa	Si	212	66,3
	No	105	32,8
Futuro con miedo	Si	110	34,4
	No	208	65,0

#### **4.6.2.1.2. Análisis de comparación entre los dos grupos de ingreso (mayor y menor)**

El primer análisis de interés sobre estos datos es la comparación de las variables entre el grupo de mayor y menor ingreso. Para ello, se tomó a las 30 mujeres que más ganaban en sus negocios y a las 30 que menos.

Este análisis de comparación tiene dos tipos de variables, continuas y discretas. La comparación en las variables continuas se hizo a través de pruebas de comparación de medias y/o medianas mientras que en las variables discretas se realizaron pruebas de asociación en tablas de contingencia.

#### **VARIABLES CONTINUAS**

En primer lugar, es importante analizar si las variables son o no paramétricas, esto es, si tienen comportamiento similar al de una distribución normal. Según el resultado se realizará una u otra prueba de comparación.

La prueba realizada es la prueba Kolmogorov-Smirnov sobre las 3 variables continuas de interés (capital inicial del negocio, años en el negocio y número de proveedores). Los resultados son los siguientes:

**Tabla número 19. Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra.**

		Número de proveedores	Capital Inicial	Años en el negocio
N		56	58	60
Parámetros normales	Media	3,3571	279413,793 1	6,1833
	Desviación estándar	2,33104	585541,405 90	6,29633
Máximas diferencias extremas	Absoluta	,220	,364	,275
	Positivo	,220	,364	,275
	Negativo	-,206	-,318	-,205
Estadístico de prueba		,220	,364	,275
Sig. asintótica (bilateral)		<b>,000</b>	<b>,000</b>	<b>,000</b>

a. La distribución de prueba es normal.

A la vista de los resultados y dado que en los 3 casos rechazamos la hipótesis nula (p-valor inferior a 0,05) esto nos muestra que el comportamiento de estas variables no es el de la distribución normal y, por lo tanto, que las pruebas que se realicen no pueden ser paramétricas.

Así pues, las pruebas que se realizarán tratarán de comparar las medianas de las distribuciones de las tres variables en los dos grupos (mayor y menor ingreso). Esta prueba se denomina U de Mann-Whitney. Los resultados obtenidos se muestran a continuación:

**Tabla número 20. Estadísticos de prueba.**

	Años en el negocio	Capital Inicial	Número de proveedores
U de Mann-Whitney	383,500	293,500	182,000
W de Wilcoxon	848,500	728,500	533,000
Z	-,992	-1,979	-3,538
Sig. asintótica (bilateral)	,321	<b>,048</b>	<b>,000</b>

a. Variable de agrupación: Grupo de ganancia

De nuevo, el valor de interés para comprobar si hay diferencias entre grupos es el p-valor. Se observa que en la variable años de negocio el p-valor es superior a 0,05 mientras en las otras dos es inferior, por lo que hay resultados significativos y se puede afirmar que hay **diferencias significativas en el capital inicial y en el número de proveedores entre los grupos de menor y mayor ingreso.**

### Variables discretas

Pasemos ahora a analizar las 9 variables discretas de interés. He realizado el análisis comparativo de las variables discretas asociadas a características de las mujeres emprendedoras y su relación con encontrarse en el grupo de mayor o menor ingreso. Para ello se han realizado tablas cruzadas entre las variables discretas y la variable dependiente (grupo de ingreso).

La prueba estadística que muestra la asociación entre estas variables es la prueba chi-cuadrado. Un p-valor inferior a 0.05 indica una asociación significativa entre variables. Adicional a esta prueba, se añade el cálculo de la odds ratios (OR). Se trata de una medida que indica la posibilidad de que un riesgo ocurra en una población frente al riesgo de que ocurra en otra. Si la OR es superior a 1, el riesgo de que ocurra la variable de interés en la población de referencia es mayor, mientras que si  $OR < 1$ , el riesgo de ocurrencia en la categoría de referencia es inferior.

Pongamos un ejemplo para entender el cálculo de la odds ratio a través de dos variables de nuestro estudio, el grupo de ganancia y el pedir consejo antes de tomar una decisión:

**Tabla número 21. Tabla cruzada ingresos y pedir consejo.**

**Tabla cruzada**

		Grupo de ganancia		Total
		Menos ingresos	Más ingresos	
Piden consejo	Si	17 (a)	7 (c)	24
	No	13 (b)	23 (d)	36
Total		30	30	60

La chi cuadrado en esta tabla es de 6.944 con un p-valor de 0.008, lo que indica una asociación entre estas dos variables (pedir consejo antes de tomar decisiones influye en el grupo de ingresos en el que se encuentran las mujeres). La odds ratios se calcula haciendo el siguiente cociente:

$$OR = \frac{a/b}{c/d} = \frac{17/13}{7/23} = 4.297$$

Este valor indica la posibilidad de estar en el grupo de menor ingreso de las mujeres que no piden consejo frente a las mujeres que si piden consejo. Esto es, las mujeres que no piden consejo tienen 4.297 veces más posibilidades de estar en el grupo de menor ingreso que las mujeres que si piden consejo. Por tanto, se trata de una medida que sirve para comparar riesgos entre dos grupos de población.

Adicional a la odds ratios se suele añadir su intervalo de confianza al 95%, esto es, el rango de valores en los que en el 95% de las veces estará el valor de la OR en grupos similares. El intervalo de confianza sirve como medida de análisis de la dispersión de los grupos. Cuanto más amplio sea el intervalo, menos confianza tenemos en los valores obtenidos.

En el caso de este ejemplo,  $IC_{95\%} = (1.413, 13.068)$ . Esto nos muestra que nuestra odds ratio es significativa, dado que el valor 1 no se encuentra en el IC, pero que los valores son algo dispersos, ya que es un intervalo de amplitud 12, algo elevada.

El mismo análisis se ha realizado con las OR de cada variable discreta calculada, siendo este el resultado:

1. Nivel educativo (Primaria vs Secundaria):  $OR=0.458$  (no significativa), el grupo con estudios de secundaria tiene menos riesgo de tener menos ingresos, pero no es una influencia significativa estadísticamente.
2. Acceso al crédito:  $OR=2.591$  (no significativa), el grupo que no tiene acceso al crédito tiene mayor riesgo de tener menos ingresos, pero no es una influencia significativa estadísticamente.
3. Estudio de viabilidad:  $OR=8.001$  (significativa), el grupo sin estudio de viabilidad tiene mayor riesgo de tener menos ingresos, y además es una influencia significativa estadísticamente.
4. Misma localización:  $OR=1.217$  (no significativa), el grupo que no está en la misma localización tiene mayor riesgo de tener menos ingresos, pero no es una influencia significativa estadísticamente.
5. Desarrollan estrategias para lidiar con los riesgos:  $OR=3.250$  (no significativa), el grupo que no desarrolla estrategias tiene mayor riesgo de tener menos ingresos, pero no es una influencia significativa estadísticamente.
6. Primer negocio:  $OR=0.801$  (no significativa), el grupo que no es su primer negocio tiene menos riesgo de tener menos ingresos, pero no es una influencia significativa estadísticamente.
7. Experiencia previa en el sector:  $OR=12.25$  (significativa), el grupo de mujeres que no tiene experiencia previa tiene mayor riesgo de tener menos ingresos, y además es una influencia significativa estadísticamente.
8. Mira al futuro con miedo:  $OR=0.857$  (no significativa), el grupo que no mira al futuro con miedo tiene menos riesgo de tener menos ingresos, pero no es una influencia significativa estadísticamente.
9. Tienen ahorros: No se puede calcular la OR, dado que una de las casillas de la tabla cruzada es 0.

A continuación veremos en la tabla 22, el análisis de comparación entre las variables discretas y los grupos con menor y mayor nivel de ingreso de la cohorte ( $n=60$ ).



Tabla número 22. Resumen análisis de las variables discretas

Comparación mayor VS menor ingreso (variables c)							
	Menor nivel de ingresos n(%)	Mayor nivel de ingresos n(%)	chi <sup>2</sup>	p-valor	OR (odds ratio)	Intervalo de confianza 95%	
Nivel Educativo: Secundaria: n (%) (REF)	4 (13.33)	8 (26.67)					
Nivel Educativo: Primaria: n (%)	24 (80)	22 (73.33)	3,42	0,181	0,458	0,121	1,737
Nivel Educativo: Ninguno: n (%) <sup>1</sup>	2 (6.67)	0 (0)			----	----	----
Acceso al crédito: Si: n (%)	18 (60)	11 (36.67)					
Acceso al crédito: No: n (%)	12 (40)	19 (63.33)	3,27	0,071	2,591	0,914	7,342
Estudios de viabilidad sobre el negocio : Si: n (%)	10 (33.33)	24 (80)					
Estudios de viabilidad sobre el negocio : No: n (%)	20 (66.67)	6 (20)	13,303	<0.001*	8,001	2,475	25,86
Misma localización: Si: n (%)	23 (76.67)	24 (80)					
Misma localización: No: n (%)	7 (23.33)	6 (20)	0,098	0,754	1,217	0,355	4,17
Piden consejo antes de tomar decisiones: Si: n (%)	17 (56.67)	7 (23.33)					
Piden consejo antes de tomar decisiones: No: n (%)	13 (43.33)	23 (76.67)	6,944	0,008*	4,297	1,413	13,068
Desarrollan estrategias para lidiar con los riesgos del negocio: Si: n (%)	4 (13.33)	10 (33.33)					
Desarrollan estrategias para lidiar con los riesgos del negocio: No: n (%)	26 (86.67)	20 (66.67)	3,354	0,067	3,250	0,888	11,899
Primer negocio: Si: n (%)	25 (83.33)	24 (80)					
Primer negocio: No: n (%)	5 (16.67)	6 (20)	0,111	0,739	0,801	0,215	2,972
Experiencia previa en el sector: Si: n (%)	2 (6.67)	14 (46.67)					
Experiencia previa en el sector: No: n (%)	28 (93.33)	16 (53.33)	12,273	<0.001*	12,25	2,464	60,91
Mira al futuro con miedo: Si: n (%)	21 (70)	20 (66.67)					
Mira al futuro con miedo: No: n (%)	9 (30)	10 (33.33)	0,077	0,781	0,857	0,288	2,547
Ahorro: Si: n (%)	24 (80)	30 (100)					
Ahorro: No: n (%) <sup>1</sup>	6 (20)	0 (0)	6,667	0,010*	----	----	----

1: En esta categoría no se puede calcular la OR al tener una casilla con valor 0, \*p-valor significativo, <0.005

En resumen, los resultados de las pruebas chi-cuadrado muestran que hay una asociación **significativa estadísticamente** entre el grupo de ingresos y las variables *Estudio de viabilidad*, *Piden consejo antes de tomar decisiones*, *Experiencia previa en el sector* y *Ahorro*.

#### 4.6.2.2. Análisis de regresión y comparación de los posibles factores de éxito encontrados sobre el total de mujeres encuestadas

El segundo análisis de interés sobre estos datos se corresponde con un análisis de regresión sobre las 320 mujeres a las que se encuestó. En dicho análisis, se tomará como variable dependiente el nivel de ingresos y como variables independientes las 12 sociodemográficas.

Estas variables son de tipo continuo y discreto. Las continuas se pueden incorporar directamente al análisis de regresión, pero las discretas solo pueden ser de tipo binario (si/no) para estar en el análisis. De este modo, todas son adecuadas para introducirlas en el modelo de regresión excepto la variable educación, que tiene varios niveles. Para poder introducirla, la variable se recodificará en tres nuevas variables (Sin educación, Primaria y Secundaria o Superior).

Los resultados obtenidos en el modelo se muestran a continuación en la tabla 23. Se usó el método de introducción por pasos, que va introduciendo las variables independientes uno a uno según la correlación que tengan con la variable dependiente.

**Tabla número 23. Resumen del modelo.**

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Durbin-Watson
1	,128 <sup>a</sup>	,016	,013	45296,54841	
2	,174 <sup>b</sup>	,030	,023	45057,20873	1,871

a. Predictores: (Constante), Educación secundaria o superior

b. Predictores: (Constante), Educación secundaria o superior, Experiencia previa en el sector

c. Variable dependiente: Ingresos del negocio

**Tabla número 24. Anova<sup>a</sup>**

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	9,276E+9	1	9,276E+9	4,521	<b>,034<sup>b</sup></b>
	Residuo	5,581E+11	272	2,052E+9		
	Total	5,674E+11	273			
2	Regresión	1,719E+10	2	8,594E+9	4,233	<b>,015<sup>c</sup></b>
	Residuo	5,502E+11	271	2,031E+9		
	Total	5,674E+11	273			

a. Variable dependiente: Ingresos del negocio

b. Predictores: (Constante), Educación secundaria o superior

c. Predictores: (Constante), Educación secundaria o superior, Experiencia previa en el sector

**Tabla número 25. Coeficientes Modelo.**

Modelo		En beta	t	Sig.	Correlación parcial
Completo	Acceso al crédito	-,051	-,852	,395	-,052
	Estudio de viabilidad	-,036	-,603	,547	-,037
	Años en el negocio	,015	,244	,807	,015
	Siempre en la misma localización	-,020	-,326	,745	-,020

Capital Inicial	,057	,951	,342	,058
Piden consejo antes de tomar decisiones	-,070	-1,161	,247	-,070
Número de proveedores	-,012	-,205	,838	-,012
Experiencia previa en el sector	,118	1,974	<b>,049</b>	,119
Desarrollan estrategias para lidiar con los riesgos del negocio.	,052	,866	,387	,053
Primer negocio	,071	1,184	,237	,072
Mira al futuro con miedo	,048	,799	,425	,049
Ahorro para imprevistos	-,007	-,121	,904	-,007
Sin educación	-,034	-,570	,569	-,035
Educación primaria	,053	,570	,569	,035
Educación secundaria o superior	,121	2,022	<b>,044</b>	,122

El resumen de lo obtenido en el modelo es el siguiente:

- El estadístico R-cuadrado muestra el porcentaje de la varianza que explica el modelo final. En este caso, es solo un 3%, por lo que se debería plantear que faltan variables que expliquen el nivel de ingresos de los negocios o bien que el tamaño de la muestra es pequeño para conseguir una adecuación al modelo.
- La prueba ANOVA es significativa, por lo que muestra que entre las variables que se introducen en el modelo hay al menos alguna que es significativa, esto es, que tiene relación con la variable dependiente.
- Los coeficientes del modelo muestran que son dos las **variables significativas: la experiencia previa en el sector y la educación secundaria o superior**. En vista de los coeficientes Beta positivos, se asocia una mayor experiencia y un nivel de secundaria a un mayor ingreso.

Estos hallazgos se deben tomar con cautela, dado que el porcentaje de varianza explicado es poco y es probable que existan otras variables que expliquen mejor el nivel de ingresos de cada empresa.

**4.6.2.3. Resultados.**

En conclusión, los factores de éxito identificados entre las mujeres encuestadas son los siguientes:

- Estudio de viabilidad
- Piden consejo antes de tomar decisiones
- Ahorro
- Capital inicial
- Número de proveedores
- Experiencia previa en el sector y
- Nivel de educación secundaria o superior

## **CAPÍTULO 5: COMPARATIVA DE LA INICIATIVA EMPRESARIAL DE LAS MUJERES EN LA BASE DE LA PIRÁMIDE EN AFRICA.**

### **5.1. Introducción**

En el capítulo anterior hemos definido el perfil socioeconómico, la iniciativa empresarial, las capacidades de gestión, y los rasgos de la personalidad en Tanzania. En este capítulo vamos a compararlos con el resto de países en los que se ha realizado el estudio, para ver si encontramos un patrón común entre los países que nos permitiría no solo validar el de Tanzania, sino también inferir un perfil, al menos regional, de las mujeres empresarias en la Base de la Pirámide en África.

Antes de llevar a cabo la comparación, voy a contextualizar el análisis en cada país, presentando brevemente en cada uno de ellos su historia, economía y situación de la mujer, tanto socioeconómica como en el sector informal. Después de la presentación de cada país, llevaré a cabo un análisis de las zonas donde se llevaron a cabo las entrevistas que conforman la muestra en esos países.

### **5.2 Burundi**

Burundi se encuentra en África central y ha sido oficialmente independiente desde 1962 después de ser parte de la colonia belga Ruanda-Urundi durante décadas. Actualmente, la población estimada de Burundi es de 10 millones de personas y consiste en hutus (85%), tutsis (14%) y twas (1%) (CIA, 2020). Rodeado por los países vecinos: Tanzania, Ruanda y la República Democrática del Congo (RDC), Burundi es un país sin litoral. Su terreno es muy montañoso y está dividido en 17 provincias diferentes. A pesar de estar sin litoral, el país tiene acceso al agua: está conectado al lago Tanganica, ubicado en el este de Burundi (CIA, 2020).

Desde la independencia oficial de Burundi de Bélgica en 1924, el país ha sufrido muchos conflictos internos y externos, la mayoría de ellos de orientación étnica. Uno de los mayores conflictos que se desencadenó en Burundi fue la guerra civil que comenzó después de que el presidente hutu Ndaye fuera asesinado por extremistas tutsi en 1993. El asesinato de Ndaye fue el catalizador que provocó 12 años de violencia entre los hutu y los tutsis. Durante el período 1993-2006, muchos burundeses fueron asesinados, huyeron del país o perdieron sus hogares. Hoy en día, debido a la guerra civil, Burundi tiene que lidiar con un gran número de desplazados internos y refugiados (que regresan), lo que a su vez causa problemas de propiedad y acceso a la tierra (Tessemaker et al., 2007).

Burundi es un país densamente poblado con una alta tasa de crecimiento demográfico, factores que combinados, con la escasez de tierra y la pobreza, ponen a una gran parte de su

población en riesgo de inseguridad alimentaria. Alrededor del 90% de la población depende de la agricultura de subsistencia. Con dos tercios de su población menor de 25 años y una tasa de natalidad de aproximadamente 6 hijos por mujer, la población de Burundi continuará expandiéndose rápidamente en las próximas décadas, lo que ejercerá una presión adicional sobre este país que ya es pobre (UNDP, 2020). La mayoría de la población de Burundi vive en la pobreza, especialmente en las zonas rurales. El nivel de inseguridad alimentaria es casi el doble que el promedio de los países del África subsahariana, con alrededor de 1.77 millones de personas que necesitaban asistencia humanitaria en 2019, de acuerdo con el Plan de Respuesta Humanitaria (UNDP, 2020).

### **5.2.1. Situación económica**

Además de los problemas sociales y políticos, la economía de Burundi también es un desafío, ya que la pobreza sigue siendo común. Con más del 81% de la población de Burundi viviendo por debajo del umbral de la pobreza, ganando menos de 2,15 dólares al día en 2006<sup>4</sup>, el país africano es considerado como uno de los más pobres del mundo (World Bank, 2022). El país sufre de violencia étnica e inestabilidad política en todo momento, que a lo largo de los años, causaron subdesarrollo económico.

La economía de Burundi se caracteriza por una producción insuficiente y bajos ingresos (World Bank, 2020). La economía de Burundi depende principalmente del volátil sector agrícola. Este sector representa poco más del 46% del PIB y emplea a más del 90% de la población. El café y el té son las principales exportaciones de Burundi y representan el 90% de los ingresos en divisas (World Bank, 2020).

Además de un gran sector agrícola, Burundi tiene un sector secundario y terciario, esas cuotas han ido en aumento. En 2019, el sector secundario representó el 17% del PIB con fabricación y construcción como sus principales subcomponentes. El sector terciario, que incluye servicios, transporte y comercio, representó el 37% del PIB (World Bank, 2020).

### **5.2.2. El emprendimiento en Burundi**

El desarrollo del emprendimiento moderno en Burundi ha pasado por tres fases principales. La primera fase estuvo dominada por la creación de grandes empresas extranjeras propiedad de europeos, particularmente belgas. La segunda fase ocurrió a fines de la década de 1970 hasta principios de la década de 1980, cuando un nuevo gobierno socialista creó una gran cantidad de grandes empresas propiedad del gobierno. La tercera fase fue el período del programa de ajuste post-estructural, a partir de la década de 1990 (Nkurunkiza y Ngaruko, 2002).

La primera fase del emprendimiento moderno en Burundi correspondió con el período colonial, coincidiendo con la finalización de la Segunda Guerra Mundial. Durante este período, Bélgica decidió establecer empresas de fabricación de sustitución de importaciones en Bujumbura, la capital de Burundi, ya que el suministro de bienes importados europeos se

---

<sup>4</sup> Tasa de pobreza a \$ 2.15 por día (PPP) (% de población) (World Bank, 2022)

hizo difícil. En ese momento, el sector manufacturero fue diseñado para servir a Burundi, Ruanda y la región de Kivu en el este del Congo. Como resultado, las empresas creadas antes de 1960, muestran un tamaño más grande en relación con las empresas creadas más tarde, con la excepción de las empresas estatales creadas en la década de 1970 y principios de 1980 (Nkurunziza y Ngaruko, 2002).

La segunda fase del emprendimiento fue controlada por el estado y llegó con el advenimiento de la Segunda República en 1976. El nuevo presidente y su gobierno se inclinaban por los socialistas y decidieron modernizar la economía creando un gran número de empresas estatales relativamente grandes. Entre 1977 y 1982, se crearon y operaron alrededor de 100 empresas de este tipo en sectores como el comercio minorista, las telecomunicaciones, el turismo, la manufactura, etc... Administradas por funcionarios públicos sin habilidades comerciales, estas empresas se utilizaron para generar y distribuir rentas entre la élite gobernante y sus asociados. La mayoría de ellas nunca obtuvo ganancias y fueron mantenidas a flote por los subsidios del gobierno. Muchas de ellas colapsaron en los años 90 y 2000 debido a una mala gestión (Nganou et al., 2008).

La tercera fase del emprendimiento en Burundi comenzó en la década de 1980 con programas de ajuste estructural que limitaban el papel del estado en la actividad económica. El tamaño de la empresa durante este período representó menos de un cuarto del tamaño en el período anterior, dominado por las empresas estatales. La tendencia decreciente en el tamaño de la empresa continuó en el período posterior a la década de 1980, hasta el punto en que el tamaño de la empresa en la década de 2000 representó solo el 11% del tamaño mediano de las empresas estatales o las creadas durante el período colonial (Van Stel et al., 2007). La reducción de la intervención estatal en la economía luego de los mandatos de las instituciones de Bretton Woods, combinada con el colapso de algunas empresas estatales, dejó un vacío que solo podía ser cubierto por el sector privado. Sin embargo, los inversores extranjeros no estaban interesados en invertir en Burundi, dada la incertidumbre y la inestabilidad política que caracterizaban al país. Como resultado, las empresas creadas desde la década de 1990 eran muy pequeñas. De hecho, las dificultades asociadas con el programa de ajuste estructural en Burundi, combinado con la inestabilidad política, llevaron a las personas a crear microempresas por necesidad (Van Stel et al., 2007).

Además, se puede observar una cierta reticencia social respecto al emprendimiento, ya que las personas más talentosas, que por su aptitud natural y pedigrí tienen más probabilidades de tener éxito en los negocios, prefieren unirse a la élite política y militar, porque se consideran más refinados intelectualmente y socialmente superiores que las personas de negocios (Kabura, 2006). Tales percepciones negativas y actitudes sociales hacia los negocios, han llevado a muchas personas a descuidar las actividades comerciales que explican el estado actual de las actividades empresariales en Burundi (Girukwishaka, 2017).

Debido a ello, la mejora del clima empresarial, sigue planteando un gran desafío para el crecimiento económico, con sus consecuencias en la creación de riqueza, empleo y capacidad

de ingresos fiscales. En colaboración con el sector privado, la sociedad civil y los socios clave, el Gobierno de Burundi está formulando una estrategia para el sector privado y un programa para apoyar el espíritu empresarial, incluso para las mujeres (Dushime et al., 2022).

### 5.2.3. El sector Informal en Burundi

El Gobierno de Burundi considera que una compañía es informal cuando produce bienes y / o servicios para el mercado y no cumple una de las siguientes condiciones: 1) estar registrada y 2) tener una contabilidad formal por escrito. Considerando que la economía de Burundi es esencialmente una economía de subsistencia, fue necesario adoptar ciertas restricciones para una definición más operativa. Por lo tanto, la definición utilizada para el sector informal es todas las empresas individuales no agrícolas y no registradas, que no realizan contabilidad formal, producen bienes y / o servicios para el mercado (República de Burundi, 2015). Por lo tanto, señala que las unidades de producción informal agrícola estaban excluidas del alcance de la definición. Asimismo, el criterio del número de empleados por debajo de cierto umbral no se mantuvo (ECVMB, 2014).

Cuando se trata de empleo informal, se define como empleo sin protección (protección social, contrato escrito, recibos de sueldo, indemnización por despido, etc.) (República de Burundi, 2015). Los trabajadores informales dominan en todos los sectores, representando el 95.8 por ciento del número total de empleos. La informalidad es casi la norma en la agricultura, con el 99,4 por ciento de los empleos agrícolas (tabla 42). Los sectores industrial y comercial también están fuertemente dominados por el empleo informal, con 86.1 y 91.4 por ciento de los empleos. La situación es más equilibrada con respecto al sector de servicios con el 44.2 por ciento de los trabajos como empleo formal frente al 55.8 de empleo informal (World Bank, 2016).

**Tabla número 26. Empleo formal e informal por sector (en porcentaje).**

<b>Sector</b>	<b>Formal</b>	<b>Informal</b>
<b>Servicios</b>	44.2	55.8
<b>Comercio</b>	8.6	91.4
<b>Industria</b>	13.9	86.1
<b>Agricultura</b>	0.6	99.4
<b>Total</b>	4.2	95.8

Fuente: Banco Mundial, 2016.

La informalidad también es alta a nivel empresarial con estimaciones que muestran que las empresas informales realizan la mayor parte de la creación de empleo. El 68,4 por ciento de los empleos disponibles en Burundi dependen de la unidad informal de producción (UIP) (tabla 43). Los trabajos realizados en hogares privados (por ejemplo, trabajadores domésticos remunerados, trabajadores familiares domésticos no remunerados, etc.) representaron el 28,3 por ciento (tabla 43). No es sorprendente, dada la prevalencia de empleos informales en Burundi, que la proporción de empresas formales sea muy pequeña, situándose en un bajo 3,3 por ciento (World Bank, 2016).



**Tabla número 27. Porcentaje de tipos de empresas en Burundi**

Tipo de Empresa	En porcentaje
Empresa Familiar	28.3
Empresa Informal	68.4
Empresa Formal	3.3

Fuente: Banco Mundial, 2016.

Como en muchos países de bajos ingresos en África, los empleados del sector público tienen los ingresos más altos, seguidos por los empleados del sector privado formal. Los empleados en el sector informal no agrícola tienen los ingresos más bajos. La diferencia de ingresos entre el sector privado formal e informal se explica también por las diferencias, en particular, en una mejor educación en el sector formal (República de Burundi, 2015).

El sector informal es el principal proveedor de empleo en Burundi. Aproximadamente ocho de cada 10 burundeses pertenecen al sector informal. Estos datos reflejan el importante papel económico del sector informal en la economía nacional (ECVMB, 2014).

El gobierno pretende expandir la base impositiva alentando la integración del "sector" informal en la economía formal. Sin embargo, Burundi tiene muy poca regulación en términos de registro de impuestos para microempresas minoristas y franquicias (Danish Trade Council for International Cooperation, 2015).

#### **5.2.4. El emprendimiento de las mujeres en Burundi**

##### ***5.2.4.1. La situación de la mujer en Burundi***

En Burundi, las expectativas sociales y culturales limitan el papel de la mayoría de las mujeres en la sociedad al de ama de casa y cuidadoras domésticas, y excluyen implícitamente a las mujeres como posibles emprendedoras (Niyonizgiye y Le Roux, 2016). Los esfuerzos del Gobierno de Burundi (GoB) para promover la igualdad de género se centran principalmente en la implementación de la Declaración de Beijing y la Plataforma de Beijing que los países miembros de la ONU adoptaron en 1995. Múltiples crisis en Burundi desde 1993 han frenado la implementación de la Declaración y la Plataforma ha retrasado el desarrollo de una Política Nacional de Género. En 2010, el Gobierno de Burundi preparó una Política Nacional de Género 2012-2025 revisada y el Plan de Acción 2012-2016 que lo acompaña. El Marco Estratégico de Segunda Generación de Burundi para el Crecimiento y la Reducción de la Pobreza (2010-2025) integra el género más que su predecesor e incluye un enfoque principal en el fortalecimiento del estado de derecho y la buena gobernanza, así como en la promoción de la igualdad de género (République du Burundi-Beijing+3, 2015).

Las reformas al Código de Nacionalidad en 2000 hicieron posible que las mujeres burundesas transmitieran la ciudadanía a sus hijos (République du Burundi, 2000). Además, la Constitución de Burundi de 2005 estipula que todos los ciudadanos son iguales, que se

benefician de la misma protección y que ninguna persona será discriminada, especialmente por su sexo (République du Burundi, art. 22, 2005). También establece una cuota mínima del 30 por ciento de mujeres en el gobierno (République du Burundi, art. 129, 2005) en la Asamblea Nacional (République du Burundi, art. 164, 2005), y en el Senado (République du Burundi, art. 180, 2005). Las revisiones al código penal del Gobierno de Burundi en 2009, eliminaron ciertas cláusulas discriminatorias para las mujeres y aumentaron las penas por delitos de violencia de género.

En Burundi, **las normas de género y las creencias culturales** están bastante establecidas con expectativas socioculturales preconcebidas de mujeres y hombres. Se reconoce y respeta el papel de las mujeres burundesas que supervisan las responsabilidades del hogar y del cuidado de los niños, y las mujeres se llaman gahuzamiryango (la que une a las familias). Como tal, la educación de las niñas, a menudo, se centra en cómo convertirse en una novia y ama de casa adecuada, con muchos proverbios burundeses vinculados a roles de género en la sociedad (Ndayiragije, 2011).

Estas normas refuerzan la idea de que las mujeres deben respetar a los hombres y ser trabajadoras tanto dentro como fuera del hogar. El reconocimiento generalizado de estas normas, a menudo, significa que los roles de género se definen temprano en la vida de una niña, y puede ser un desafío para las mujeres o los hombres abandonar estos roles socialmente aceptados más adelante en la vida (Niyonizgiye y Le Roux, 2016).

Con respecto a las normas socioculturales en la esfera pública, el hombre debe representar a toda la familia en todos los ámbitos, tanto dentro como fuera del hogar. Tradicionalmente, las mujeres no son llamadas ni se espera que hablen en público, aunque las normas en este ámbito están cambiando en las zonas urbanas (Niyonizgiye y Le Roux, 2016).

La distribución por **género de los roles y responsabilidades en la sociedad tradicional** de Burundi se deriva de las normas y percepciones descritas anteriormente. A nivel del hogar, la división del trabajo por género relega la mayoría de las tareas del hogar a las mujeres, como cuidar a los niños y otros miembros de la familia, hacer las tareas del hogar y obtener madera y agua. Las mujeres también son a menudo responsables de la producción agrícola (no declarada y no remunerada), que tradicionalmente se maneja individualmente, incluso cuando están embarazadas o llevan a un bebé en la espalda (AfDB, 2012).

Las crisis políticas y económicas en Burundi han desplazado a muchas familias y llevado a muchas mujeres, algunas de las cuales se han convertido en jefas de hogar, a actividades que alguna vez fueron la fortaleza de los hombres. Sin embargo, la presencia de mujeres en sectores no agrícolas sigue siendo baja, y las mujeres generalmente ocupan puestos subordinados (Ndikumana, 2015).

Las mujeres tienen **acceso limitado a insumos** para la producción agrícola, como el crédito y la tierra. La ausencia de una ley de herencia priva a las mujeres del derecho a la herencia y la propiedad, lo que limita aún más su acceso al crédito (Basse y Kwizera, 2017). Por lo tanto,

aunque las mujeres producen en gran medida los alimentos necesarios para alimentar a sus familias, no tienen control ni sobre los alimentos que cosechan ni sobre el ganado (Ndikumana, 2015).

Con un acceso generalizado a la escuela, las mujeres tienen cada vez más un empleo remunerado fuera de sus hogares. Están presentes en gran medida en el sector agrícola de bajos salarios, pero están mal representadas en los sectores de comercio y banca y en el sector moderno, ocupando puestos que requieren calificaciones generalmente bajas o trabajando en el sector informal (République du Burundi, 2012).

Por lo tanto, las normas y valores culturales, así como la distribución de roles y responsabilidades tradicionales, a menudo limitan las oportunidades de las mujeres para participar en la toma de decisiones en el hogar, así como sus roles sociales o políticos potenciales en la vida comunitaria o pública. Una vez más, la expectativa social es que las mujeres burundesas deben emprender la mayoría de las tareas relacionadas con el hogar y / o la producción agrícola (no declarada o mal pagada) (Basse y Kwizera, 2017).

#### **5.2.4.2. El emprendimiento de la mujer en el sector informal.**

Las mujeres en Burundi trabajan casi exclusivamente en la agricultura. Si bien la proporción de hombres y mujeres en el sector informal es similar (93.8 por ciento y 97.5 por ciento respectivamente), existen fuertes discrepancias entre los géneros con respecto a la naturaleza y el estado del empleo. Más del 92 por ciento de las mujeres trabajan en el campo como su ocupación principal, en comparación con el 75 por ciento de los hombres (Tabla 44), y menos del cuatro por ciento tiene un trabajo asalariado en el sector no agrícola (Tabla 45). Incluso dentro de la agricultura, las mujeres están sobrerrepresentadas en las ocupaciones menos deseables: dos tercios de las mujeres tienen su trabajo principal en la agricultura familiar no remunerada, en comparación con el nueve por ciento de los hombres. Las mujeres son menos propensas que los hombres a ser agricultores independientes (a ser el "jefe" de una granja familiar) y también son menos propensas a trabajar por cuenta propia fuera de la agricultura (Dunia y Bukuru, 2015).

**Tabla número 28. Empleo por género y sector (porcentajes).**

Tipo de empleo	Mujeres	Hombres
No agrícola	7.9	24.7
Agrícola	92.1	75.3

Fuente: ECVMB, 2014.

**Tabla número 29. Empleo por género y situación laboral (Cuota de empleo por categoría laboral, 2014).**

Tipo de empleo	Total	Hombres	Mujeres
Agricultura	84.5	75.3	92.1
Agricultura independiente	42.2	61.8	26.1

Trabajador agrícola familiar no remunerado	39.3	9.3	64.1
Agricultura asalariada	3.0	4.2	1.9
No agrícola	15.5	24.7	7.9
Empleo asalariado no agrícola	9.8	17.1	3.7
Autoempleo no agrícola	4.2	6.3	2.4
Empleador no agrícola	0.4	0.8	0.1
Trabajador doméstico no remunerado	1.1	0.5	0.7

Fuente: ECVMB, 2014.

En general, las mujeres y los jóvenes están sobrerrepresentados en un estatus inferior y en el empleo no remunerado. Respectivamente, las mujeres y los jóvenes realizan el 90 y el 57 por ciento de los trabajos no remunerados. En contraste, el sector público, posiblemente el sector más atractivo en Burundi, emplea sustancialmente más hombres que mujeres (Tabla 46) (Dunia y Bukuru, 2015).

**Tabla número 30. Naturaleza del empleo por género (porcentaje).**

	Mujeres	Hombres
Empleo no remunerado	88.1	10.9
Sector público	37.1	62.9

Fuente: ECVMB, 2014 y World Bank, 2016.

Las mujeres están muy poco representadas en el sector no agrícola (a excepción de la categoría de trabajadoras familiares no remuneradas), lo que pone de relieve nuevamente la posición de empleo desfavorecido de las mujeres (Tabla 47). En particular, solo el 20 por ciento de los empleos asalariados no agrícolas, generalmente entre las mejores categorías de empleo en los países africanos de bajos ingresos, están ocupados por mujeres (Dunia y Bukuru, 2015).

**Tabla número 31. Empleo por sector de empleo, género y categoría de edad (porcentaje).**

	Respecto al total	Hombres	Mujeres	Ancianos	Jóvenes
Agricultura independiente	42	62	26	53	26
Trabajador	39	9	64	30	54

familiar no remunerado					
Agricultor asalariado	3	4	2	2	4
No agrícola	16	25	8	15	17
Total	100	100	100	100	100

Fuente: ECVMB, 2013-14.

### 5.2.5. Estudio de campo y tamaño de la muestra.

Para realizar el estudio en Burundi, elegimos muestras en cada una de las tres comunas del ayuntamiento de Bujumbura que son: Mukaza, Ntahangwa y Muha.

**La comuna de Mukaza (centro)**, que alberga el centro de la ciudad de Bujumbura, tiene una amplia variedad de actividades comerciales realizadas por mujeres que trabajan en el sector informal en Burundi.

**La comuna de Ntahangwa (oeste)** alberga 4 zonas, pero trabajamos en las zonas de Kamenge y Kinama. Estas áreas son los principales objetivos de las mujeres que trabajan en el sector informal.

**La comuna de Muha (sur)** también acoge a mujeres que viven de actividades comerciales informales.

Todas las mujeres que trabajan en los diferentes mercados se benefician de la clientela de sus compañeras de mercado o de los habitantes de la capital, mientras que las mujeres que trabajan en la calle se benefician de los transeúntes de las calles principales pero también circulan por otros barrios de la capital.

## 5.3 República Centroafricana

La República Centroafricana (CAR) tiene una población de aproximadamente 4.7 millones de personas, dispersas aproximadamente en un área de 620,000 kilómetros cuadrados. CAR es uno de los pocos países de África que tiene una lengua franca. La mayoría de los centro africanos hablan Sangho, lo que facilita la comunicación masiva y tiene el potencial de vincular a las personas en torno a una característica común (CIA, 2020).

Debido a la historia del país, su ubicación geográfica y la proximidad a otros conflictos regionales (que han contribuido a los flujos transfronterizos de refugiados), la nación se divide en más de 80 grupos étnicos. También hay divisiones históricas entre los agricultores y pastores locales de África Central, con rutas de pastoreo que cruzan el país de este a oeste (Knoope y Buchanan-Clarke, 2017).

En lugar de que el estado actúe como una autoridad central, debido a la historia de la región y al papel histórico de los actores extranjeros en el país, los grupos étnicos afiliados dividen su lealtad entre una variedad de autoridades. Por lo tanto, desarrollar una identidad nacional coherente en este contexto es un desafío (Knoope y Buchanan-Clarke, 2017).

La riqueza natural de CAR ha fluído desde hace años fuera del país en lugar de ser utilizada para el desarrollo local (Knoope y Buchanan-Clarke, 2017). Los ciclos crecientes de pobreza y conflicto han dejado al gobierno incapaz de proporcionar servicios a su gente (Campbell, 2006). Estos servicios se han subcontratado en gran medida a organizaciones internacionales, como las Naciones Unidas (ONU) y la Unión Europea (UE). Esto ha creado un sistema por el cual los políticos de CAR, a menudo, están más preocupados por las relaciones personales que mantienen con estas fuentes externas de poder que con el cumplimiento de su contrato social con los ciudadanos de CAR (Kleinfeld, 2017). Esto ha resultado en un estado débil que tiene poca capacidad o voluntad política para gobernar más allá de la capital. El hecho de que el gobierno no brinde servicios a las regiones periféricas del norte y el este, es un agravio importante y un factor clave de conflicto. Esto, a su vez, perpetúa el ciclo de conflictos, pobreza, quejas y la posterior subcontratación de la gobernanza a las organizaciones internacionales (Campbell, 2006).

Los vecinos regionales de CAR también tienen una gran influencia en los procesos internos del estado. Desde la independencia del país, ha habido cinco golpes de estado, todos los cuales han sido respaldados por actores externos (Lombard, 2014).

El nivel de pobreza se mantiene elevado. Los medios de vida de los pobres son predominantemente rurales y, a pesar de los esfuerzos del gobierno para distribuir semillas e insumos agrícolas, se estima que la mitad de la población tiene inseguridad alimentaria (WorldBank, 2020).

### **5.3.1. La situación económica**

La economía de CAR está dominada por el sector primario, que representó el 52.2 por ciento del PIB en 2008, seguido por el sector terciario, 30.5 por ciento y el sector secundario, 12.1 por ciento. La agricultura de subsistencia, que supone un 28.5 por ciento del PIB, y la ganadería, con un 12.5 por ciento del PIB, son las principales actividades en el sector primario. La silvicultura, las industrias extractivas (principalmente diamantes) y los cultivos de exportación (café y algodón) contribuyen con un porcentaje menor del PIB, aunque estos sectores son las principales fuentes de ingresos por exportaciones (World Bank, 2020).

La infraestructura deficiente, la inseguridad en las zonas rurales, la falta de servicios de extensión adecuados y la disminución del rendimiento de los cultivos comerciales (café y algodón) como resultado de la disminución de los precios internacionales y la inseguridad, han llevado a un crecimiento relativamente bajo en la agricultura (AfdB, 2017).

La pobreza sigue siendo alta y las proyecciones sugieren que aproximadamente el 71% de la población vivía por debajo del umbral de pobreza internacional (2.15 por día, en términos de

PPP) (World Bank, 2022). La República Centroafricana sigue siendo uno de los países más pobres del mundo y se enfrenta a numerosos desafíos de capital humano. Se ubica casi al final del Índice de Desarrollo Humano de la ONU (188 de 189 países en diciembre de 2018), lo que podría presentar consecuencias devastadoras para su futura generación. La esperanza de vida promedio es de 53 años (World Bank, 2022).

### **5.3.2. El emprendimiento en República Centroafricana**

La agricultura de subsistencia, junto con la silvicultura y la minería, siguen siendo la columna vertebral de la economía de la República Centroafricana (RCA), con aproximadamente el 60% de la población viviendo en zonas periféricas (CIA, 2020). El sector agrícola genera más de la mitad del PIB estimado. La madera y los diamantes representan la mayoría de los ingresos de exportación, seguidos del algodón (World Bank, 2016).

Las limitaciones importantes para el desarrollo económico incluyen la geografía sin litoral de la CAR, un sistema de transporte deficiente, una fuerza laboral en gran medida no calificada y el legado de políticas macroeconómicas mal dirigidas. La lucha entre facciones entre el gobierno y sus oponentes, sigue siendo un lastre para la revitalización económica. La distribución del ingreso es muy desigual y las subvenciones de la comunidad internacional solo pueden satisfacer parcialmente las necesidades humanitarias. CAR comparte una moneda común con la Unión Monetaria del África Central y la moneda está vinculada al euro (UNECA, 2016).

Aunque el gobierno estaba tomando medidas para mejorar el entorno económico en la RCA, incluida la facilitación del desarrollo de la industria, la agricultura y la minería, así como la promoción de la inversión internacional, hay barreras importantes para el desarrollo económico. La falta de carreteras en buen estado y un transporte público que funcione regularmente, junto con numerosos puntos de control militares y rebeldes, donde se imponen sobornos e "impuestos", constituyen una barrera importante para el desarrollo económico. CAR no tiene salida al mar, lo que lo hace en gran medida dependiente de la red de carreteras con Camerún, que está plagada de problemas de seguridad (particularmente asaltos), lo que restringe aún más el comercio (African Economic Outlook, 2011).

En 2017, la crisis económica mundial exacerbó las dificultades económicas que ya enfrentaba el país, lo que llevó a una disminución de la demanda de productos exportados. La falta de electricidad fue otro obstáculo para el crecimiento. Establecer y mantener empresas del sector formal en CAR es un gran desafío. Se requieren 10 días y 22 procedimientos para establecer un negocio, y el costo es equivalente al 127.8% del ingreso per cápita. Registrar una propiedad lleva 75 días y cuesta cerca el 11% del valor de la propiedad (Doing Business, 2020). Obtener crédito es extremadamente difícil, y hay muy pocos bancos comerciales en funcionamiento (menos del 1% de la población tiene acceso a servicios bancarios). El proceso tributario es oneroso y explotador, y la protección de los derechos de propiedad es débil, especialmente en áreas rurales donde el gobierno no ha podido ejercer su autoridad (Heritage Foundation, 2011).

El mercado laboral también está altamente regulado, especialmente en lo que respecta al despido de trabajadores, que tiende a actuar como un desincentivo para los empresarios que buscan establecer negocios (World Bank, 2019).

Al igual que con muchos otros países con una gobernanza débil, la corrupción en CAR es generalizada. Transparencia Internacional clasificó a CAR en el puesto 154 de 180 estados en su Índice de Percepción de la Corrupción 2021, con una clasificación baja que se equipara con altos niveles de corrupción percibida (Transparency International, 2021).

La corrupción no solo desvía los fondos públicos de los procesos e iniciativas económicas vitales, sino que también altera y restringe el comercio, así como desalienta la inversión en la economía formal. En su mayor parte, las interacciones comerciales tienen lugar a pequeña escala (International Bank for Reconstruction and Development, 2012).

En sectores como la agricultura y la ganadería, más del 90% de los agricultores están utilizando completamente su propio trabajo en lugar de la mecanización o la tracción animal, con las barreras financieras para actualizar a métodos más comerciales que son demasiado grandes para la mayoría de los agricultores (Hayes, 2008). Además, una mayor inversión y la expansión de las empresas se ve socavada por la opinión predominante de que dichas empresas serán destruidas por el próximo episodio de violencia (Transparency International, 2010).

### **5.3.3. El sector Informal en República Centroafricana**

La mayor parte de la economía de CAR está compuesta por el sector económico informal. Como se indicó anteriormente, la agricultura es el principal medio de apoyo para la mayoría de la población, sin embargo, para sobrevivir, la mayoría de los hogares generan medios de vida a partir de una variedad de fuentes. En algunos casos, es difícil clasificar las actividades como formales o informales, debido a la forma flexible en que la formalización económica ha ocurrido en CAR (World Bank, 2019).

Sin embargo, desde el final del conflicto armado, casi no se han creado empleos en el sector formal. Además de la agricultura, la actividad económica del sector informal en CAR, generalmente incluye el comercio minorista en los mercados, que normalmente implica la venta de alimentos, bebidas, cupones de teléfonos celulares, artículos para el hogar, ropa y otros consumibles (World Bank, 2019). La fabricación y venta de cerveza de sorgo y otros tipos de alcohol, también ha sido un medio popular para generar ingresos, particularmente para las mujeres.

Otra actividad económica importante es el comercio transfronterizo con los estados vecinos, que se lleva a cabo tanto por mujeres como por hombres. Los principales productos que se comercializan incluyen: productos y servicios mineros y forestales, así como productos agrícolas e industriales. Muchas personas entran en la economía informal debido a los impuestos excesivos, pobre acceso al crédito, temas de seguridad, y altos costos de transporte (Njikam y Tchouassi, 2011).



Al igual que en la mayoría de las economías, la economía informal de la República Centroafricana tiene componentes criminales. Esto incluye la caza furtiva y el comercio de carne de animales silvestres, así como el contrabando de diamantes, vida silvestre en peligro de extinción, pieles de animales, marfil, medicina tradicional y cigarrillos (World Bank, 2019).

La República Centroafricana tiene una riqueza mineral, principalmente en forma de oro, diamantes y uranio, y solo el oro y los diamantes se explotan en una escala significativa, principalmente a través de la minería de bajo nivel. La minería artesanal es un componente clave de la economía informal de la República Centroafricana, y se estima que proporciona apoyo directo a unas 400,000 personas. Teniendo en cuenta a los dependientes, se ha sugerido que el 54% de la población de CAR se gana la vida, directa e indirectamente, de la minería del sector informal (Hayes, 2008).

Los mineros y sus dependientes viven predominantemente en campamentos mineros destartados, donde el nivel de vida es bajo, en un entorno caracterizado por inseguridad y riesgos. Los intermediarios de África occidental (más comúnmente conocidos como coleccionistas) compran los diamantes sin cortar de los mineros y los venden, a su vez a las oficinas de compra, que a su vez los exportan como piedras preciosas (Dalby, 2011). Los mineros artesanales y de pequeña escala, dependen en gran medida, de los coleccionistas para financiar la compra / alquiler del equipo de minería. Sin embargo, los mineros están obligados a vender las piedras por debajo del valor de mercado. Un inconveniente adicional de este sistema es que la mayoría de los recolectores, en lugar de invertir sus ganancias en el desarrollo del sector minero, lo remiten a sus países de origen (International Crisis Group, 2015).

La legislación minera de la República Centroafricana prevé un control rígido e impuestos excesivos. Sin embargo, los intentos del gobierno de la República Centroafricana de regular la minería del sector informal no han tenido éxito. La disyuntiva entre las regulaciones gubernamentales y la realidad, ha permitido que florezca la corrupción y el contrabando de diamantes (Dalby, 2011).

Hubo vínculos entre la minería informal y los grupos armados que operan en CAR, ya que el comercio de diamantes proporcionó a dichos grupos, recursos para mantener sus bases de poder y perseguir sus objetivos políticos y militares. Los principales grupos armados en la República Centroafricana fueron la Unión de Fuerzas Democráticas para la Revolución (UFDR) y la Convención de Patriotas para la Justicia y la Paz (CPJP). Ambos grupos han ocupado áreas de diamantes y generado ingresos, a través del contrabando de diamantes. Ha habido informes de mineros que se unen a grupos rebeldes para protección y acceso a las áreas mineras (Dalby, 2011).

Una razón para el dominio del sector informal es la falta de presencia del gobierno en gran parte del país. Económicamente, esta ausencia ha significado que el gobierno no recaude

impuestos, no desarrolle infraestructura, y no facilite el comercio. Además, donde hay presencia del gobierno, los habitantes de CAR consideran que la burocracia es parasitaria, lo que obstaculiza, en lugar de facilitar la formalización de las empresas económicas (Njikam y Tchouassi, 2011).

### **5.3.4. La situación de la mujer en República Centroafricana**

A continuación, vamos a analizar el marco legal y la situación de la mujer en República Centroafricana en las diferentes esferas:

#### **1. Discriminación en la familia.**

**Matrimonio.** Sólo el 10% de las parejas en la República Centroafricana están legalmente casadas (Norwegian Refugee Council, 2015). Algunas de las razones que explican esta baja tasa de matrimonio legal, incluyen la falta de medios financieros para los honorarios legales y la falta de apoyo de las familias que pueden ver que un matrimonio legal significa que un cónyuge legal tiene derecho a heredar los bienes y posesiones del esposo fallecido (Norwegian Refugee Council, 2014).

El Comité CEDAW (2014) señala la prevalencia del matrimonio precoz en la República Centroafricana. Esto está especialmente relacionado con la pobreza, la falta de educación y las oportunidades y la inseguridad (Lemmon, 2014). El conflicto ha aumentado la vulnerabilidad de las niñas al matrimonio infantil. La ONU informa que el Ejército de Resistencia del Señor (LRA), un grupo armado de Uganda con una fuerte presencia en la República Centroafricana, cometió secuestros de niños. Los niños fueron utilizados en "roles de apoyo" y las niñas fueron sometidas a violencia sexual (United Nations Security Council, 2016).

**Responsabilidades del hogar.** La ley no otorga a las mujeres los mismos derechos que a los hombres para ser reconocidas como cabeza de familia, ya que sólo el esposo está legalmente reconocido como cabeza de familia (Family Code, art. 254). La ley no otorga a las mujeres los mismos derechos que a los hombres para ser los guardianes legales de sus hijos durante el matrimonio (Family Code, art. 568 y 569). Las mujeres casadas no tienen los mismos derechos que los hombres casados para elegir dónde vivir (Family Code, art. 255).

Los roles y responsabilidades en el hogar y en la familia están desequilibrados entre hombres y mujeres (Moga-Kpely y Yang, 2013). En un estudio sobre la violencia de género en el país, el 33% de las encuestadas declararon estar excluidas de las decisiones financieras en su hogar (Moga-Kpely y Yang, 2013). Las mujeres permanecen marginadas dentro de la familia y la sociedad y tienen un espacio limitado para expresar sus necesidades (Moga-Kpely y Yang, 2013).

**Herencia.** La ley otorga a las hijas los mismos derechos que a los hijos de heredar tierras y bienes no relacionados con la tierra (Family Code, art. 745). Además, la ley otorga a las esposas sobrevivientes los mismos derechos que a los cónyuges sobrevivientes varones para

heredar bienes con y sin tierra (Family Code, art. 745). La desheredación del cónyuge sobreviviente está prohibida por la ley (Penal Code, art. 113). La Ley de protección de la mujer contra la violencia también prohíbe el despojo / apropiación de bienes (art. 10). La ley otorga a mujeres y hombres los mismos derechos para hacer un testamento (Family Code, art. 992). La distribución de los bienes de un familiar fallecido la decide el consejo familiar (Family Code, art. 747-754).

La ley no reconoce los matrimonios no legales, ni la convivencia, lo que impide la capacidad de las mujeres para reclamar bienes después de la muerte de su esposo / pareja. Una mujer que está legalmente casada puede ir a la corte, sin embargo, los honorarios legales por dicho procedimiento son altos y el acceso a la justicia fuera de Bangui es limitado (Norwegian Research Council, 2015). En el contexto del conflicto, el Norwegian Refugee Council (2015) sugiere que la práctica de desalojar a las viudas es una preocupación, especialmente para las mujeres desplazadas internamente y los retornados.

## **2. Acceso restringido a recursos productivos y financieros.**

**Acceso seguro a tierras y bienes.** La República Centroafricana ha ratificado el Convenio sobre pueblos indígenas y tribales de la Organización Internacional del Trabajo (núm. 169). Con respecto a la tierra, la propiedad y otros activos no relacionados con la tierra, la ley otorga a las mujeres casadas / solteras los mismos derechos que los hombres casados / solteros a poseer, usar, tomar decisiones y usar como garantía (Family Code, art. 383; Constitución, art. 18). Con respecto a la tierra, la propiedad y otros activos no relacionados con la tierra, la ley otorga a las mujeres y los hombres los mismos derechos después del divorcio o la separación para poseer, usar, tomar decisiones y usar como garantía (Family Code, art. 434). Una mujer casada tiene los mismos derechos que un hombre casado para administrar bienes conyugales (Family Code, art. 382).

Con respecto a la gestión de la tierra, los informes muestran que se emiten pocos títulos de propiedad, presumiblemente debido a regulaciones de gestión de la tierra deficientes y procedimientos costosos para obtener títulos de propiedad (Norwegian Refugee Council, 2014).

Según el derecho consuetudinario, las mujeres divorciadas, solteras o viudas no pueden considerarse propietarias de tierras sino usuarias de tierras, y pueden asignarse tierras para fines residenciales o agrícolas (Norwegian Refugee Council, 2015). Los matrimonios tradicionales y consuetudinarios, así como la cohabitación, no están regulados ni reconocidos por la ley. Este factor limita la capacidad de las mujeres para reclamar bienes o posesiones adquiridas durante el matrimonio, que generalmente se considera del marido (Norwegian Refugee Council, 2014). Los esposos poseen derechos sobre la propiedad o las actividades económicas de sus esposas, de acuerdo con el derecho consuetudinario (Klugman y Twigg, 2015).

**Acceso seguro a recursos financieros formales.** La ley otorga a las mujeres casadas / solteras los mismos derechos que a los hombres casados / solteros para abrir una cuenta bancaria en una institución formal (Código de Familia, art. 258) y obtener crédito (Código de Familia, art. 257 y 258). Cabe señalar, que más del 95% de los adultos no tienen una cuenta en una institución financiera formal, lo que puede explicarse por la falta de infraestructura y las amenazas de seguridad, así como la falta de identificación (AfDB, 2013).

### 5.3.5. Estudio de campo y tamaño de la muestra.

En República Centroafricana, el área de estudio se centró en la capital (Bangui), debido a la situación de inseguridad que hay en el resto del país. En Bangui hay una gran actividad informal y una variedad de entornos económicos. La muestra trató de tener mujeres representativas de cada uno de ellos. La muestra incluye principalmente el mercado de Bangui, que es el centro de la actividad informal. El área principal fue el distrito 7, concretamente el distrito de Taoka, con sus mercados (mercado de Kassai y mercado de Haina). También investigamos vecindarios cercanos y otros distritos, donde muchas mujeres venden comida callejera y hay algunas tiendas donde se vende ropa y artesanías.

Estas son las principales características de los entornos de Bangui estudiados:

- **El distrito 7.** El distrito 7 de Bangui es una subdivisión administrativa de la ciudad de Bangui, ubicada en la parte norte de la capital centroafricana. Se extiende desde el distrito de Ndrès en el norte hasta las orillas del río Oubangui en el sur. Al oeste limita con el distrito 1 y el cerro de las panteras. El enclave del campamento militar de Kassai depende del distrito 1, está atravesado al sur por la carretera de Ouango y al centro por la carretera de Kassai.
- **La carretera principal.** Es la carretera principal que va desde el centro de la ciudad hasta el distrito 7 y discurre a lo largo del río Oubangui. Al nivel del centro de detención preventiva de Ngaragba, hay una intersección que baja al campamento de Kassai y a lo largo de la carretera se sitúa el mercado Sima Dia, y más adelante, llega al mercado de Kassai. El tipo de actividad comercial varía desde la venta ambulante hasta la tienda “oficial”, que paga impuestos, así como algunas tiendas informales, ya sea con mesa y sillas, utilizando una casa que da a la calle.
- **Mercado de Kassai.** El mercado es pequeño y alberga bajo su techo de hojalata muchos puestos de comida (verduras, pescado y frutas). La disponibilidad de carne depende de la situación de seguridad en la provincia y de ello también depende su precio. Las actividades comerciales del propio mercado merecen un estudio específico porque hay muchos puestos de venta del mismo tipo, uno al lado del otro, donde encontramos muchas sinergias entre ellos. Las calles alrededor del mercado están llenas de tiendas y quioscos de transferencia de crédito, etc. Aunque no todas las calles se benefician del mismo tránsito de personas, las menos frecuentadas dirigen su

actividad hacia las personas que viven en esta zona y no tanto hacia los clientes del mercado.

- **Taoka.** Es el barrio ubicado junto a la zona del mercado, esta es una zona donde vive la gente, la actividad comercial es menos numerosa y variada y se concentra en la calle. La mayor parte se basa en la venta de papillas, pan, productos varios y venta ambulante. La actividad comercial en esta zona de Taoka se beneficia de un gran trasiego de clientes y da lugar a una variada actividad comercial, desde una mini tienda de alimentación hasta pequeños bares restaurantes, tiendas de ropa, traspasos, música, peluquerías, etc...
- **Gbagouma.** Es el distrito ubicado después del distrito de Taoka, subdividido en 4 (Gbagouma 1, 2, 3, 4). La actividad económica se realiza con puestos de venta compuestos por mesa y silla. La venta ambulante, está en todas partes casi frente a cada casa (la mayoría de las casas no están cercadas) y está dirigida a los habitantes del distrito.
- **Yongoro.** Esta zona está un poco alejada del mercado de Kassai. Hay un pequeño mercado llamado Ngara Haina (Ngara significa mercado) donde la actividad económica es intensa por la tarde, y se pueden encontrar todo tipo de víveres. Los habitantes de esta localidad cocinan solo por la tarde, para comer por la noche.
- **Ngaragba.** Lo encontramos antes de llegar a Kassaï, situado en una de las colinas de Gbazabangui. Es un pequeño mercado donde encontramos mucho pescado fresco y otros productos alimenticios.
- **Primer Distrito.** El primer distrito de Bangui es el más céntrico de la ciudad y constituye el corazón histórico de la capital centroafricana. Situada a los pies de la colina Gbazabangui, encontramos la Presidencia y el PK0 (punto kilométrico 0), punto de partida de las principales avenidas que irradian la capital, Avenida de la Independencia, Avenida Barthélémy Boganda y Avenida David Dacko. Limita al norte con el distrito 4, al este con el distrito 7, al sur con Zongo (República Democrática del Congo), al suroeste con el distrito 2, y al noroeste con el distrito 5.
- **Centro Pk 0.** Esta es la zona donde se encuentra el mercado de Bangui, que se ha convertido en el centro de la actividad informal, tras el mercado de KM5, después de las recientes crisis que ha atravesado el país. Incluye un gran mercado donde hay una gran cantidad de tiendas (ropa, zapatos, papelería, etc.), y puestos de venta de alimentos (pescado fresco, pescado seco, carne fresca, carne ahumada, chikouangue, harina de yuca, plátano, etc...), se puede encontrar de todo allí. Los alrededores del mercado están repletos de tiendas y vendedores ambulantes, sin olvidar que encontramos la mayoría de las grandes infraestructuras de Bangui (empresa de

telefonía móvil Orange, Moov y Azur, todos los bancos ECOBANK, BISIC, CBCA, Maroco, y los microcréditos como Crédit Mutuelle, etc.).

- **Mercado Saidou.** Es un mercado muy pequeño ubicado al borde de la avenida de Francia, que agrupa puestos que venden diferentes productos alimenticios. Los habitantes de los barrios aledaños compran allí. También hay tiendas, prêt-à-porter, bares, etc.
- **Distritos III (KM5).** Es una subdivisión administrativa de la ciudad de Bangui, ubicada en la parte centro occidental de la capital centroafricana. Con más de 100.000 habitantes, es uno de los distritos más poblados de Bangui.
- **KM5.** El distrito KM5 o “cinco kilos” es el distrito musulmán de Bangui, conocido desde hace mucho tiempo por el dinamismo de su población, su diversidad y su densidad. Antes de la crisis, era el centro del mercado informal, el pulmón económico de la República Centroafricana. Tiene el mercado más grande de Bangui, inundado de puestos, tiendas, mesas de venta, etc. A su alrededor, todas las calles se inundan de vendedores ambulantes, tiendas, etc...
- **Mercado de Petevo.** Está ubicado en el distrito 6 de Bangui, es una de las áreas importantes del sector informal. Está lleno de puestos y mesas de venta al borde de la carretera. También hay algunas tiendas y boutiques a lo largo de la carretera que conduce a Fátima, Bimbo y al centro de la ciudad.
- **PK12.** Punto kilométrico 12, marca la salida norte de Bangui. Hay un mercado donde se vende en el camino carne de caza recién sacrificada y ahumada. También es una frontera entre la ciudad y la gran selva tropical. También hay tiendas, boutiques, quioscos de transferencia de crédito, etc.

#### 5.4 Sudán del Sur

El explorador británico Samuel BAKER estableció la colonia de Ecuatoria en 1870, en nombre del jedive otomano de Egipto que reclamó el territorio. Con sede en Gondokoro (cerca de la actual Juba), Ecuatoria, en teoría, ocupaba la mayor parte del territorio de lo que ahora es Sudán del Sur. Después de ser separada de la administración colonial durante la Guerra Mahdista de 1885-1898, Ecuatoria se convirtió en un estado bajo el condominio anglo-egipcio en 1899. Los misioneros cristianos convirtieron a gran parte de la población y facilitaron la difusión del inglés, en lugar del árabe. Ecuatoria fue gobernada por los administradores coloniales británicos separado de lo que ahora es Sudán, hasta que las dos colonias se combinaron en la Conferencia de Juba de 1947, como parte de los planes británicos para preparar la región para la independencia. Cuando Sudán obtuvo su independencia en 1956, fue con el entendimiento de que los sureños podrían participar

plenamente en el sistema político. Cuando el gobierno árabe de Jartum incumplió sus promesas, comenzó un motín que condujo a dos períodos prolongados de conflicto (1955-1972 y 1983-2005) en los que murieron alrededor 2.5 millones de personas, en su mayoría civiles, debido al hambre y la sequía. Las conversaciones de paz finalmente dieron como resultado un acuerdo de paz integral, firmado en enero de 2005. Como parte de este acuerdo, se otorgó al sur un período de autonomía de seis años, seguido de un referéndum sobre el estado final. El resultado de este referéndum, celebrado en enero de 2011, fue un voto del 98% a favor de la secesión (Le Riche y Arnold, 2012).

Desde la independencia el 9 de julio de 2011, Sudán del Sur ha intentado el buen gobierno y la construcción de la nación, y ha intentado controlar las fuerzas de oposición que operan en su territorio. Las condiciones económicas se han deteriorado desde enero de 2012, cuando el gobierno decidió cerrar la producción de petróleo después de desacuerdos bilaterales con Sudán. En diciembre de 2013, el conflicto entre el gobierno y las fuerzas de oposición mató a decenas de miles y provocó una grave crisis humanitaria con millones de desplazados del sur de Sudán y la inseguridad alimentaria. Las partes beligerantes firmaron un acuerdo de paz en agosto de 2015 que creó un gobierno de transición de unidad nacional en abril de 2016. Sin embargo, en julio de 2016, estallaron combates en Juba entre los dos signatarios principales, hundiendo al país nuevamente en conflicto. En septiembre de 2018 se firmó un acuerdo de paz "revitalizado" que puso fin a los combates. Según el acuerdo, el gobierno y varios grupos rebeldes acordaron que las partes formarían un ejército nacional unificado y crearían un gobierno de transición para mayo de 2019. El acuerdo se extendió hasta noviembre de 2019 y luego hasta febrero de 2020. Sin embargo, la implementación se ha estancado, en parte por no llegar a un acuerdo sobre las fronteras políticas internas del país (CIA, 2020).

Alrededor de 1.9 millones de sudaneses del sur son desplazados internos, 2,03 millones son refugiados y casi 210.000 desplazados internos viven en sitios de confinamiento. Se estima que 5.000 personas perdieron la vida en el conflicto reciente (2016-2020). Sudán del Sur es el hogar de la mayor crisis humanitaria en el mundo con el potencial para desestabilizar la región de África Oriental (UNHCR, 2020).

#### **5.4.1. Situación Económica**

La industria y la infraestructura en Sudán del Sur están severamente subdesarrolladas y la pobreza está muy extendida, tras varias décadas de guerra civil con Sudán. La gran mayoría de la población depende de la agricultura de subsistencia y la asistencia humanitaria. Los derechos de propiedad son inseguros y los mercados no están bien organizados (World Bank, 2020).

Sudán del Sur tiene poca infraestructura: unos 10.000 kilómetros de carreteras, pero solo el 2% de ellas están pavimentadas. La electricidad es producida principalmente por generadores diesel costosos, y las tuberías interiores y el agua potable son escasas, por lo que menos del

2% de la población tiene acceso a la electricidad. Alrededor del 90% de los bienes, capital y servicios consumidos se importan de países vecinos, principalmente Uganda, Kenia y Sudán (AfDB, 2018).

En el momento de la independencia en 2011, Sudán del Sur produjo casi tres cuartos de la producción total de petróleo del antiguo Sudán de casi medio millón de barriles por día. El Gobierno de Sudán del Sur depende del petróleo para la gran mayoría de sus ingresos presupuestarios, aunque la producción de petróleo ha disminuido considerablemente desde la independencia. Sudán del Sur es uno de los países más dependientes del petróleo en el mundo, con el 98% del presupuesto operativo anual del gobierno y el 80% de su producto interno bruto (PIB) derivado del petróleo (AfDB, 2018).

Alrededor del 80% de la población vive en zonas rurales, y la agricultura, la silvicultura y la pesca proporcionan el sustento de la mayoría de los hogares. Gran parte de la actividad del sector rural se centra en la agricultura de subsistencia de bajos insumos y bajos productos (World Bank, 2020).

Sudán del Sur está agobiado por una deuda considerable debido al aumento del gasto militar y los altos niveles de corrupción gubernamental. La mala gestión económica es frecuente (De Waal, 2014). A los funcionarios públicos, incluidos la policía y los militares, no se les paga a tiempo, lo que crea incentivos para participar en el saqueo y el bandolerismo (Hilhorst et al., 2014).

Los desafíos a largo plazo incluyen eliminar la corrupción del sector público, mejorar la productividad agrícola, aliviar la pobreza y el desempleo, mejorar la transparencia fiscal, particularmente en lo que respecta a los ingresos del petróleo, controlar la inflación, mejorar los ingresos del gobierno y crear un entorno empresarial basado en normas (World Bank, 2022).

#### **5.4.2. El emprendimiento en Sudan del Sur**

El período intermedio, previo a la independencia, 2005-2011, se caracterizó por una frágil paz interna y estrategias políticas y económicas a corto plazo para mantener la muy necesaria estabilidad del sur para la perspectiva de independencia (Schomerus y Allen 2010; Garang 2013). Durante este período, el sector privado local comprendía predominantemente comerciantes que emergían del sector informal para trabajar como contratistas para el gobierno o las organizaciones de ayuda internacional, suministrando cualquier cosa, desde generadores hasta contenedores prefabricados, y desde agua embotellada hasta combustible, todo lo cual tenía que ser importado de Uganda y Kenia (Schomerus y Titeca 2012; Twijnstra, Titeca e Hilhorst 2014). Además, se estableció un número creciente de empresas constructoras locales que licitaron por lucrativos contratos de infraestructura financiados por el gobierno, o construyeron hoteles y restaurantes prefabricados en la ciudad capital de Juba, todo con un horizonte muy corto placista, altos retornos de la inversión y una enorme falta de



regulación (Twijnstra 2014). La inversión extranjera directa también se produjo en forma de hoteles prefabricados de extracción rápida con horizontes de 1 a 2 años por parte de inversores de alto riesgo de Eritrea, Etiopía, Líbano y China que remitieron inmediatamente sus ganancias a sus respectivos países (Grant y Thompson 2013; Martin y Mosel 2011).

A medida que se acercaba el 2011, la confianza en un Sudán del Sur independiente estable creció a medida que más empresas extranjeras comenzaron a mostrar interés en él y los horizontes comenzaron a expandirse más allá de las ganancias rápidas. Esto coincidió con un creciente número de personas bien educadas y ambiciosas de la diáspora, que regresaron a Sudán del Sur para emitir su voto en el período previo al referéndum de enero de 2011, con la esperanza de encontrar un trabajo en una organización internacional, trabajar como consultor, o iniciar un negocio propio (Linden, Blaak y Andrew 2013; Twijnstra 2014a). Sin embargo, muchos retornados, especialmente los de Europa, América del Norte y Australia, encontraron el reasentamiento más desafiante de lo esperado, ya que a menudo se enfrentaron con desconfianza y desprecio por los titulares que se habían quedado en el sur durante la guerra o que habían residido en campos de refugiados vecinos. Sin embargo, un grupo pequeño, pero en rápida expansión de la diáspora de retornados que logró aprovechar sus conexiones familiares con la élite gobernante o mediante su participación política durante la lucha, se involucró de manera más prominente en el sector privado local. La diversificación de las actividades económicas durante este período en torno a la independencia fue incipiente, pero los incentivos fueron limitados debido a la abundancia de ingresos del petróleo y una moneda local fuerte (Ajak, 2013).

El período intermedio, 2005-2011, se caracterizó por una afluencia continua de repatriados. La mayoría regresó de los campamentos de desplazados internos (IDP) alrededor de Jartum, del campo de refugiados de Dadaab en Kenia, o de otros campos de refugiados en Etiopía, Kenia y Uganda, así como de otras partes del este y sur de África y Egipto. Una minoría de los retornados provenían de comunidades de la diáspora más allá de África, donde a veces habían residido durante décadas o incluso habían nacido, la mayoría de los cuales se encontraban en los Estados Unidos, Canadá, Australia y el Reino Unido (Linden y otros, 2013). Los emprendedores de la diáspora a menudo regresaron a Sudán del Sur con la expectativa de iniciar empresas sociales, un fenómeno común entre los grupos de la diáspora que regresan después de conflictos que involucran el establecimiento de algún tipo de empresa comercial generadora de ingresos, mientras que simultáneamente contribuyen a 'reconstruir mejor' el país del que habían estado separados por tanto tiempo, aplicando su experiencia, educación, conexiones internacionales y los ahorros que habían acumulado a lo largo de los años (Brinckerhoff, 2009; Dahles, 2013).

Muchos de los retornados de la diáspora con pasaportes occidentales y títulos universitarios buscarían empleo en las organizaciones de ayuda internacional, pero los lucrativos puestos de personal internacional eran competitivos y la mayoría tenía mayores ambiciones que conformarse con un puesto de personal local con un salario menor que los empleos o

negocios que dejaron atrás cuando decidieron regresar al a Sudán de Sur. Una situación similar impidió que muchos retornados buscaran empleo en la administración pública, ya que los salarios del gobierno también eran muy bajos en comparación con el estándar de los salarios internacionales a los que estaban acostumbrados. Esto se vio agravado por el hecho de que a menudo no se identificaban con lo que muchos llamaban la "cultura de trabajo" dentro de las burocracias, donde la desconfianza, el resentimiento e incluso el acoso hacia la diáspora no eran infrecuentes (Linden et al., 2013).

Los negocios eran una vocación popular entre los retornados de la diáspora del sur de Sudán. Las ideas de negocios y los modelos previstos a menudo se centraron en los impactos del desarrollo (transferencia de conocimiento, atención médica, agricultura, etc.), pero a menudo carecían de realismo y una comprensión profunda de la dinámica del mercado local (Brinjkerhoff, 2009 y Dahles, 2013).

Los empresarios de la diáspora a menudo no lograron lidiar con las reglas informales de contactos y se desanimaron por la falta de reconocimiento percibido de los sacrificios que habían hecho para regresar a Sudán. Para muchos, la contratación pública pronto se convirtió en un "mal necesario" (Twijnstra, 2014).

Para aquellos de la diáspora que provenían de familias más influyentes o que habían mantenido estrechos vínculos con funcionarios bien posicionados, asegurar un contrato con el gobierno no fue difícil. Había más trabajo que empresas en ese momento, por lo que no estaban vistos como una amenaza por los grandes que tenían la mayoría de los contratos. La contratación gubernamental fue quizás el trampolín más común para que los empresarios de la diáspora se establecieran en la comunidad empresarial de Juba (Twijnstra, 2014a).

Muchos contratistas de la diáspora mantuvieron un perfil bajo durante el período intermedio. Sin renunciar, hubo una serie de estrategias que los apartaron de la mayoría de las licitaciones. Por ejemplo, cuando la mayoría de los contratistas obtenían un acuerdo para suministrar al gobierno cualquier cosa, desde alimentos hasta suministros de oficina, su entrega estaba supeditada a una gran cantidad de intermediarios y subcontratistas que brindarían algún aspecto al objetivo final por una tarifa de soborno proporcional. Como resultado, todo el proceso se volvió muy costoso y muy propenso a todo tipo de demoras (Linden y otros, 2013).

Establecer un negocio en el sector formal o convertir uno informal en un negocio del sector formal en Sudán del Sur es un desafío, especialmente porque los costos y las medidas para establecer y registrar un negocio son excesivos. Se requieren 11 procedimientos y podría costar en promedio 6,801 libras sur sudanesas (3,077 dólares norte americanos), lo que equivale al 250.2% del ingreso per cápita. Esto convirtió a Juba en la segunda capital comercial más cara del mundo para establecer un negocio en el sector formal. El registro de la propiedad privada también fue problemático, ya que tomó en promedio siete procedimientos, 18 días y costó el 14.7% del valor de la propiedad (World Bank, 2022). La

mayoría de las comunidades tienen derechos tradicionales sobre la tierra en la que residen. En muchos casos, los miembros de la comunidad tienen derecho a transferir estos derechos, sin embargo, el derecho consuetudinario rige tales transferencias y, por lo general, no se mantienen registros precisos de dichas transacciones. En consecuencia, los miembros de la comunidad no estaban en condiciones de utilizar la tierra como garantía para acceder al crédito a través de instituciones financieras para invertir en agricultura o negocios (World Bank, 2017). Además, Sudán del Sur está "muy poco bancarizado", con solo 42 puntos de venta de servicios bancarios y 76 instituciones de microfinanzas en 2010, muchas de las cuales han cerrado sus operaciones con la reanudación de las hostilidades en 2016. Cerca de la mitad de las instituciones estaban ubicadas en el condado de Ecuatoria Central, que incluye la ciudad de Juba. Solo el 1% de los hogares en Sudán del Sur tenía una cuenta bancaria (World Bank, 2022).

Obtener crédito en Sudán del Sur es extremadamente difícil, ya que solo se ofrece crédito a corto plazo (de tres a seis meses) y se piden tasas de interés relativamente altas. Aproximadamente el 10% de los préstamos se otorgaron a pequeñas y medianas empresas. El sector de las microfinanzas es pequeño y solo prestaba servicios al 5% de los clientes en Juba (World Bank, 2020). La economía está severamente limitada por las restricciones comerciales y los altos costos asociados. La mayoría de los bienes de consumo se importan a Sudán del Sur y se transportan a través del país por carretera, río o aire, con gravámenes sobre las importaciones (World Bank 2020). En términos de transporte por carretera, existen numerosos puntos de control, que en la mayoría de los casos requieren el pago de tarifas o peajes (RSS, NBS, 2011). Estas restricciones comerciales han contribuido al aumento de los costos de las importaciones y exportaciones en Sudán del Sur, lo que no solo tiene implicaciones negativas para los medios de vida, sino que también ha obstaculizado los esfuerzos de construcción posteriores al conflicto debido al alto costo de los materiales de construcción (World Bank, 2009).

La naturaleza de los impuestos en Sudán del Sur también ha contribuido a la lenta materialización del sector formal. El Acuerdo de Paz y la Constitución Provisional (posterior a 2005) proporcionaron la base legal para la tributación gubernamental de tres niveles: Gobierno de Unidad Nacional, Gobierno de Sudán del Sur y Estados / Regiones. La implementación de este sistema se convirtió en descoordinada y no armonizada; las tasas se cobran de manera ad hoc y la recaudación de ingresos no autorizados es muy alta (Selassie, 2009).

Otras limitaciones incluyen: protección inadecuada para los inversores, la aplicación deficiente de los contratos y las dificultades involucradas en el cierre de negocios. En consecuencia, la mayoría de las empresas del sur de Sudán son relativamente pequeñas y operan en el sector informal (Martin y Mossel, 2011).

### 5.4.3. El sector Informal en Sudán del Sur

Juba, es el asentamiento urbano más grande y la capital de Sudán del Sur. En los últimos cien años ha habido varios cambios en el sitio de la sede administrativa de esta parte de Sudán por razones políticas, militares y geográficas. El establecimiento de Juba como la nueva capital de la provincia fue inicialmente como un centro administrativo, pero luego también se convirtió en el mayor centro de mercado de la Región (Shibeika 1952).

Juba estaba en gran medida por encima de los niveles de inundación del Nilo y la presencia de terreno rocoso, proporcionó amplios materiales de construcción que no estaban disponibles en otras partes del Nilo (Gray, 1961).

El principal mercado de Juba, iniciado en la década de 1920, estaba en el sitio de lo que ahora es el estadio de fútbol. Construido con barro local y paja, era devastado a mediados de la década de 1930 por graves inundaciones. Otro mercado fue establecido por el ayuntamiento en Juba Town, donde las tiendas fueron construidas por el gobierno y alquiladas a comerciantes. Este continúa formando el centro comercial y de negocios de Juba Town en la actualidad (Hassan, 1976).

En el mercado de Juba Town, incluso ahora las instalaciones son mínimas, con electricidad y agua esporádicas de las fuentes públicas. Los comerciantes alquilan la mayoría de las tiendas como puntos de venta para una amplia variedad de productos que van desde el café, repuestos de motor, comestibles, ropa importada; o como tiendas que realizan diversos servicios, como estudios fotográficos y talleres de reparación de bicicletas. Cada tienda es una habitación individual, con un empleado o dos y tal vez un asistente. La mayoría de las tiendas están atendidas por miembros de la familia o amigos cercanos. La mayoría de estas empresas sin duda se clasifican como actividades informales. En Juba, por lo tanto, podríamos afirmar que la mayoría de las personas involucradas en actividades comerciales y servicios en el centro de la ciudad, forman parte del sector informal (Jenkins, 1981).

Juba Town fue el primer centro de mercado que se desarrolló. La población de los barrios nativos aumentó durante la década de 1930 y 1940, y el transporte al centro de la ciudad siguió siendo un problema importante ya que no hubo un sistema de transporte público en Juba hasta 1952. En respuesta a esto, se estableció un segundo centro de mercado en Malakia, inicialmente con parcelas alquiladas, donde los comerciantes podían construir sus propias tiendas, pero con el mismo tipo de tiendas cerradas que en el centro de la ciudad. Aquí, los comerciantes del norte de Sudán se han especializado hoy predominantemente en telas y ropa, aunque también hay algunas tiendas de té y restaurantes. Nuevamente surge el mismo problema de definición y muchos lo considerarían una actividad del sector informal. Según los estándares de Juba, esto es lo mejor que hay en cuanto a instalaciones, como lo indican la miríada de otras empresas de pavimentos y cabañas de hojalata, en torno a los principales centros de mercado con toda una gama de diversas actividades (Jenkins, 1981).

Debido a que la mayor parte de la población de Juba era y sigue siendo residente en el área de Malakia, el mercado de Malakia se convirtió en el más importante. A medida que el mercado de Malakia aumentó de tamaño, también evolucionó de un mercado de frutas y verduras a un mercado de bienes y servicios. Los comerciantes comenzaron a construir chozas de estaño (o kioscos) en parcelas en el extremo este del mercado. No hay instalaciones, excepto la electricidad, que se ha llevado al mercado en los últimos años (Jenkins, 1981).

El mercado abierto de Malakia se desarrolló rápidamente y sobrevivió incluso a través de la guerra civil, aunque las actividades se redujeron seriamente en ese momento, dado que muchos de los habitantes de Juba se fueron a buscar refugio en el monte o en la vecina Uganda. Después de 1972, con un rápido aumento de la población provocado por retornados al final de las hostilidades, el mercado de Malakia tuvo un aumento muy marcado en el comercio y en los servicios ofrecidos en él, una indicación de los intentos de los retornados de crear empleos para sí mismos en ausencia de apoyo gubernamental (Hassan, 1976).

Como resultado del desborde en Malakia, la ciudad de Juba reubicó el mercado en Konyo-Konyo: un área aproximadamente a medio kilómetro al este de Malakia y que había sido un basurero de la ciudad hasta 1972. En Konyo-Konyo más de 1,500 personas van a trabajar cada día, y proporcionan bienes y servicios para un gran porcentaje de la población de Juba. El desarrollo de este mercado ha ocurrido en solo siete años. El mercado incluye una amplia gama de actividades del sector informal y atrae a una amplia variedad de personas: jóvenes migrantes de las zonas rurales, refugiados ugandeses, Bari aldeanos, intermediarios de Dinka y vendedores de carbón de Zaire, todos trabajan codo a codo para proporcionar una diversidad de bienes y servicios (Jenkins, 1981).

El sector informal es beneficioso para la economía de Juba, ya que se dedica a absorber a quienes no pueden encontrar trabajo en el sector formal. Los desempleados están creando empleo en una situación donde el gobierno enfrenta dificultades financieras y organizativas. Además, el sector informal ofrece oportunidades a aquellos a quienes les resultaría extremadamente difícil encontrar empleos en el sector formal: los que carecen de educación formal, los que no tienen los contactos adecuados para ingresar en el Gobierno y las mujeres que necesitan apoyo para ellas mismas o para complementar los ingresos de sus esposos (Martin y Mossel, 2011). Utilizando predominantemente materiales locales y de desechos, el sector está suministrando a un gran porcentaje de la población de la ciudad productos alternativos a los costosos artículos importados que la mayoría de los habitantes de Juba no pueden pagar (Jenkins, 1981).

El desarrollo del sector informal se ve frenado por muchos factores. Hasta ahora ha habido poco interés y, en algunos casos, incluso hostilidad hacia el sector informal en su conjunto. Esto es debido, en parte, a que la escasez de productos dentro del país resulta en un mercado negro considerable en el que los trabajadores del sector informal participan, y en parte, porque ciertas actividades, como la elaboración de cerveza y la producción de alimentos, se

realizan en una situación precaria, y provoca cada cierto tiempo brotes de enfermedad (Martín y Mossel, 2011).

Es improbable que la situación cambie mientras los trabajadores del sector informal estén restringidos a trabajar en malas condiciones e instalaciones inadecuadas. Participar en el sector informal implica un cierto riesgo y esto disuade a los posibles candidatos. Además, dentro de este sector hay una fuerte competencia y algunos grupos se desarrollan a expensas de otros (World Bank, 2018).

El sector informal de Juba es una parte indispensable de la vida en la ciudad y sus áreas rurales circundantes. Como se indicó anteriormente, la mayoría de las personas que viven en las zonas urbanas de Sudán del Sur interactúan con el sector informal, incluidas las empresas formales, para poder sobrevivir (World Bank, 2018).

#### **5.4.4. El emprendimiento de las mujeres en Sudán del Sur**

##### ***5.4.4.1. La situación de las mujeres en Sudán del Sur***

En Sudán del Sur, las mujeres representan la mayoría de las personas que viven por debajo del umbral de pobreza y tienen acceso limitado a oportunidades económicas que podrían mejorar sus vidas. Las mujeres siguen siendo la mayor fuente de trabajo doméstico no remunerado, y cuando las mujeres trabajan fuera del hogar, tienen más probabilidades de tener un empleo informal y, como resultado, se les paga menos y experimentan una mayor inseguridad laboral. La vulnerabilidad de las mujeres y las niñas es uno de los principales obstáculos para conseguir la estabilidad y el desarrollo del país (World Bank, 2018). En particular, las normas y prácticas culturales, impiden ese progreso. Según la tradición, el matrimonio es esencialmente una transacción comercial en la que se compran y venden mujeres y niñas en negociaciones entre familias. Las preferencias de las mujeres sobre cuándo y con quién casarse rara vez se tienen en cuenta (Sommers y Schwartz, 2011). El "precio de la novia", pagado por un hombre para recibir una esposa, generalmente implica el obsequio de vacas (el equivalente al oro en la cultura sudanesa del sur), efectivo, u otros activos para la familia de la mujer, y varían según su valor percibido. Su altura, edad y belleza son factores determinantes, mientras que su nivel de educación, particularmente en las zonas rurales, no lo es (The African Child Policy Forum, 2013). El sistema de precios de la novia exacerba las disparidades, ya fundamentales, que existen entre hombres y mujeres, creando un sentido implícito de derecho que permite a los hombres "administrar" su propiedad, a menudo, a través de la violencia y el abuso. El acceso a cosas como comida, vivienda y educación se vuelve negociable, y los hombres ejercen todas las palancas de control sobre la vida de las mujeres. Además, si una esposa no puede tener hijos (especialmente niños), o se la considera perezosa o demasiado mayor, el esposo tiene derecho a buscarse otra esposa, a menudo más joven, o varias de ellas, siempre que pueda pagar el precio de la novia (Sommers y Schwartz, 2011).

Como resultado, las familias ven a sus hijas como un producto comercializable, no como una inversión valiosa. Esto hace que una hija no merezca educación porque eventualmente se irá a vivir con la familia de su esposo y, por lo tanto, no ofrece un valor agregado a su familia natal una vez que se case. Estas normas culturales crean un ciclo recurrente de marginación por el cual las niñas continuamente carecen de acceso a oportunidades educativas y el matrimonio temprano sigue siendo una práctica común. El 52 por ciento de las niñas en Sudán del Sur están casadas cuando todavía son niñas, algunas de tan solo 9 años (UNICEF, 2013). Aunque Sudán del Sur tiene leyes vigentes que protegen a los niños, incluida la fijación de la edad legal de matrimonio a los 18 años, la aplicación de estas leyes es débil y las normas tradicionales generalmente prevalecen (The African Child Policy Forum, 2013). Estos sistemas culturales perjudican a las mujeres de formas multifacéticas. Los hogares encabezados por mujeres representan la mayoría de los pobres urbanos y rurales en el sur de Sudán. Las mujeres representan el 76 por ciento de la población que no sabe leer ni escribir. Los indicadores de salud y educación para las mujeres y las niñas se encuentran entre los más bajos del mundo. La tasa de mortalidad materna es de 1.867 muertes por cada 100.000 nacidos (World Bank, 2018). El alto costo de las tasas escolares, el matrimonio temprano y las decisiones familiares se citan como causas de la alta incidencia de abandono escolar de las niñas. Leyes consuetudinarias y prácticas culturales discriminatorias como el acceso a la tierra, la propiedad y los derechos de herencia, combinados con la producción doméstica de alimentos y las responsabilidades domésticas, limitan la participación de las mujeres en la economía formal e informal. En general, las mujeres solo tienen un acceso limitado a actividades productivas para obtener ingresos, no solo porque carecen de acceso a muchos recursos, sino también debido a obstáculos culturales (Kuehnast et al., 2011).

#### ***5.4.4.2. El emprendimiento de las mujeres en Sudán del Sur.***

Al igual que hay muchos obstáculos para la participación de las mujeres en el ámbito público, vamos a ver las barreras a las que se enfrentan las mujeres para desarrollar una actividad empresarial en Sudán del Sur.

##### 1) Sociedad Patriarcal

La sociedad de Sudán del Sur está construida sobre normas patriarcales. En las sociedades patriarcales, los hombres son los jefes de hogar y ejercen una autoridad absoluta en asuntos comunales y nacionales. Normalmente, en tales sociedades, los roles de las mujeres están limitados a la reproducción, producción y crianza. Del lado del empoderamiento económico, las mujeres en la sociedad patriarcal tienen un control y propiedad limitados de los activos productivos como casas, cultivos comerciales, ganado, vehículos y tierras (World Bank, 2012b).

Las ideologías patriarcales incrustadas en la cultura se han infiltrado en las instituciones modernas de gobierno. Las mujeres en puestos de liderazgo y toma de decisiones son vistas como triviales, a pesar de las habilidades y conocimientos únicos que aportan (Akechak et al., 2004).

## 2) Falta de voluntad política

Sudán del Sur cuenta con el marco legal, institucional y de políticas necesario para aumentar sustancialmente la participación de las mujeres en los asuntos públicos, pero carece de voluntad política para implementarlas (Augustino, 2013).

## 3) Analfabetismo

La tasa de analfabetismo de las mujeres en Sudán del Sur es superior al 80% (MGGoSW, 2012), por lo que el analfabetismo es un obstáculo crítico para la plena participación de las mujeres en las actividades empresariales y otros aspectos de la construcción de la nación. Además, la mayoría de las mujeres han sido educadas en árabe y en sus idiomas nativos, pero debido a que el idioma oficial de Sudán del Sur es el inglés, a esas mujeres alfabetizadas les resulta difícil comunicarse a nivel político (UNESCO, 2011).

## 4) Acceso a la financiación

La dificultad de acceder a la financiación es un cuello de botella crítico hacia los esfuerzos empresariales de las mujeres (Nyathon, 2015).

## 5) Etnicidad y estatus político

La diversidad de Sudán del Sur es una dificultad para los esfuerzos de las mujeres en la actividad empresarial. A pesar de que las organizaciones de mujeres han alcanzado logros significativos en la reducción de las divisiones tribales, todavía surgen algunos problemas tribales al formar y administrar organizaciones y consorcios, y al compartir información (Riziq, 2011).

## 6) Militarización del gobierno

Desde la independencia, los nombramientos políticos parecen seguir antecedentes militares como uno de los requisitos principales. El uso de antecedentes militares como criterio para el reconocimiento del liderazgo puede perjudicar a las mujeres en la vida política y militarizar a los estados minimizará las perspectivas de las mujeres en la toma de decisiones (Dahlstrom, 2012). Según la Constitución Transitoria de Sudán del Sur, el gobierno debe observar el mandato del 25% al nombrar gobernadores, y consultar a las mujeres cuando sea necesario.

### ***5.4.4.3. El emprendimiento de las mujeres en el sector informal en Sudán del Sur.***

Existen relación entre las actividades generadoras de ingresos y el género. En términos muy generales, las mujeres generalmente participan en actividades de mercado, como preparar y vender alimentos y bebidas, recolectar hierba, recolectar / vender leña y lavar la ropa. Los hombres a menudo participan en la fabricación de carbón, trabajos relacionados con la construcción y la conducción de "bodas-bodas". Como en muchos otros países en desarrollo, algunas mujeres se han convertido en las "cabezas de familia" para sus familias, ya sea porque el hogar estaba encabezado por una mujer o porque sus esposos / parejas están



desempleados o no generan un ingreso estable y regular (Martin y Mossel, 2011). La mayoría de los hogares gastan sus ingresos en alimentos, cuotas escolares y medicinas, y los costos de los tres aumentan anualmente, en gran parte debido al aumento en el transporte y las tarifas / impuestos (World Bank, 2018).

Como hemos visto anteriormente, gran parte de la actividad informal que se desarrolla en Sudán del Sur se lleva a cabo en el mercado de Konyo-Konyo. En el resto de Sudán del Sur hay pequeños mercados agrícolas con poca actividad comercial, debido a la inseguridad y a las malas infraestructuras. El estudio se centrará en la actividad comercial en Juba, pero hay otro foco de actividad muy interesante que llevan a cabo las mujeres en Sudán del Sur. Este es el comercio transfronterizo con Kenia y Uganda.

La participación de las mujeres en el comercio fronterizo es en gran medida informal. Como en la mayoría de los países en desarrollo, las mujeres desempeñan un papel destacado en las actividades comerciales informales entre Sudán del Sur y Uganda. Las actividades comerciales desempeñan un papel crucial en la mejora de los ingresos de sus hogares. El 77 por ciento de los comerciantes transfronterizos provenían de hogares encabezados por mujeres, como viudas o cabezas de familia, dependiendo únicamente del comercio transfronterizo como fuente de ingresos. La edad típica era entre 35-45 años, edad que permitía a las mujeres estar lejos de las responsabilidades familiares como el cuidado de los hijos. En cambio, se enfrentan a mayores necesidades de efectivo, por ejemplo, las tasas escolares y otras necesidades del hogar, que impulsan su participación en el comercio transfronterizo (Ngungi, 2010).

Existen principalmente dos tipos de mujeres comerciantes que se dedican al comercio fronterizo informal entre Sudán del Sur y Uganda: sudaneses locales en las zonas fronterizas y mujeres comerciantes de Uganda y Kenia. El primer tipo son las mujeres sudanesas locales en las ciudades fronterizas, principalmente en Kaya, donde caminan para cruzar la frontera desde Sudán del Sur hasta Uganda (Oraba), para comprar productos para vender durante los días de mercado en Sudán del Sur. La mayoría de las mujeres que participan en el comercio transfronterizo de esta manera son analfabetas y carecen de educación básica (Yutaka et al., 2011). Otro tipo son las mujeres comerciantes que compran productos en los mercados de Uganda y Kenia, y utilizan servicios regulares de autobuses que conectan Juba en Sudán del Sur y ciudades en Uganda y Kenia para transportar los productos a Juba y venderlos allí. La mayoría de los comerciantes de este tipo están alfabetizados (Ngungi, 2010).

El acceso al crédito es una limitación importante para las mujeres comerciantes informales. Parece haber una visión para el desarrollo de sus negocios entre las mujeres que se dedican al comercio transfronterizo para mejorar su sustento económico, al aumentar su negocio de minoristas a mayoristas (Yutaka y otros, 2011). Sin embargo, están limitadas en términos de obtener capital suficiente para comenzar a comprar productos a granel y venderlos a minoristas a precios competitivos. Solo tienen acceso limitado a las instituciones de microfinanzas (IMF).

La falta de seguridad en las zonas fronterizas afecta más a las mujeres que a los hombres. En la zona fronteriza de Bibia-Nimule se denunciaron varios incidentes de violaciones y otros actos de violencia contra las mujeres. Hay un esfuerzo continuo para establecer mercados en la frontera, lo que probablemente ayudará a reducir esos incidentes (UBOS, 2008).

#### 5.4.5. Estudio de campo y tamaño de la muestra.

Como en Burundi y República Centroafricana, el área de estudio se centró en la capital de Sudán del Sur (Juba), debido a la situación de inseguridad que hay en el resto del país. En general, todos los comerciantes y vendedores del mercado de Juba venden casi los mismos artículos con grandes diferencias de precios debido a la falta de integración del mercado en todo el país, las malas carreteras, los precios fluctuantes del combustible, los puestos de control ilegales, los impuestos no regulados y los tipos de cambio desfavorables.

La mayoría de los comerciantes en los mercados de Juba importan la mayoría de sus productos de Uganda, Kenia y Tanzania. Estos bienes son en su mayoría perecederos: granos y ropa. Los comerciantes, que compran a los países de África Oriental, hacen esos viajes individualmente o tienen contactos que compran y envían estos productos a Sudán del Sur. Luego están los vendedores que compran las mercancías que traen los camiones cuando llegan a Sudán del Sur.

Los comerciantes extranjeros, es decir, ugandeses, sudaneses procedentes del estado de Darfur, somalíes, eritreos y etíopes, dominan principalmente estos mercados, sin dejar de lado a la población local de Sudán del Sur. Dentro de estos, la mayoría son mujeres que se centran más en la venta de frutas y verduras, sin embargo, ambas categorías se ocupan de negocios mayoristas y minoristas.

Estas son las principales características de los entornos de Sudán del Sur estudiados:

- **Mercado de Konyokonyo.** Konyokonyo significa congestionado en árabe de Juba. Este es el mercado más antiguo y principal, ubicado en el centro de la ciudad y tiene dos estacionamientos de autobuses públicos a cada lado, donde llegan vehículos de todas partes de la ciudad. El mercado tiene muchas áreas distintas, las tiendas mayoristas, ferretería y materiales de construcción, quioscos de comida, puestos, áreas de estacionamiento de autobuses y áreas abiertas. En la zona de puestos hay más de seis secciones más pequeñas, frutas y verduras, cosmética, ropa, carnes, pescados, pollos, bolsos, alimentos secos, alimentos procesados y menaje. El lado de frutas y verduras está ubicado por separado en la misma área. El mercado está muy ocupado durante el día y cierra a las 16:00, lo que no ocurría antes de la crisis de 2016. Los productos agrícolas cultivados localmente están disponibles en el mercado, pero la mayoría de las frutas y verduras frescas se importan de Uganda por carretera.

- **Mercado en la Aduana.** Es uno de los mercados locales ubicado a pocos metros del difunto Mausoleo del Dr. John Garang. El mercado se hizo popular después de la firma del Acuerdo de Paz en 2005, donde muchos extranjeros lo inundaron con mercancías de Uganda, Kenia y otros países del este de África. Este mercado es muy pequeño en tamaño, alrededor de 400x200 metros y no podría albergar muchas empresas, además también sirve como terminal de autobuses/taxi. Se caracteriza por una gran congestión y aglomeración de personas que, en consecuencia, provoca brotes de incendios con regularidad. Para aliviar la congestión, el gobierno terminó abriendo otros mercados como Owino y Sherikat en Gumbo, al otro lado del puente Konyokonyo, para acomodar grandes cantidades de mercancías, principalmente alimentos. El mercado ahora solo sirve como terminal de taxis / minibuses, pequeñas empresas minoristas como venta y reparación de teléfonos, alimentos y ropa. También alberga el Departamento de Aduanas del Ministerio del Interior para el despacho de mercancías importadas.
- **Mercado de Jebel.** El mercado de Jebel es un nuevo mercado construido para reubicar a los comerciantes del mercado de Aduanas, que ahora es principalmente un estacionamiento de autobuses. Está un poco fuera de la ciudad, al pie de la colina Jebel Kujur. Es un mercado de nuevo diseño y mejor distribuido. También tiene la mejor variedad de productos. Hay ropa, electrónica, ferretería, comestibles y muchos otros productos, además de muebles. Es amplio y fácil de caminar. Aunque está muy lejos del centro de la ciudad, vale la pena ir hasta allí. Los constructores van hasta allí en busca de hardware, tiene una mejor selección y precios más bajos.
- **Mercado Munuki Suuk Libya.** Este es un mercado de tamaño mediano ubicado en la zona residencial de Munuki. Se encuentra entre los nuevos mercados que evolucionaron a lo largo de los años y está ganando mucho popularidad debido a la variedad de artículos que se venden y los servicios que se brindan, y es de fácil acceso para la población. Sin embargo, sus precios varían en comparación con el mercado de Konkonyo, que también vende los mismos productos. Por lo tanto, siempre es bueno hacer una comparación antes de comprar para obtener la mejor oferta. Se compone principalmente de productos alimenticios tanto locales como importados, incluidas las carnicerías que proporcionan carne de animales locales y pollo importado de Uganda, pescado capturado localmente y también importado, tiendas de sastrería que, además de la confección habitual de ropa, también hacen las sábanas y manteles locales, salones de belleza, pequeñas tiendas de ropa y puestos que venden utensilios para el hogar. Es el único mercado que está equipado con modernos molinos para moler mijo, sorgo, maíz y otros, que a su vez son vendidos por las mujeres locales en el mercado. La mayoría de los vendedores en este mercado son mujeres locales de Sudán del Sur que también venden vegetales locales, pero sin dejar de lado a los extranjeros.

- **Mercado de Gudele.** Al igual que el mercado Munuki Suuk Libia, es un nuevo mercado situado en la zona residencial de Gudele. Este mercado atiende a la población local de los alrededores, es decir, Rockcity, Gudele 1 y 2, y partes del bloque tres de Munuki. Aunque no está tan bien aprovisionado como el mercado libio de Munuki Suuk, los productos son más baratos en comparación con Munuki. Aquí se encuentran restaurantes locales que suelen ser propiedad de habitantes de Darfur, aunque los trabajadores son de Sudán del Sur. En el mercado se venden alimentos producidos localmente como verduras, batatas, yuca, pescado fresco y ahumado, así como sacos de carbón, etc.

## 5.5 Uganda

La población actual de Uganda es de 45.328.489, según Worldometer a partir de la elaboración de los últimos datos de Naciones Unidas. La edad media es de 16,7 años, la esperanza de vida es de 64,38 años y la densidad de población es de 229 por Km<sup>2</sup> (593 personas por m<sup>2</sup>). La tasa de fertilidad es una de las más altas del mundo con 5.01 nacimientos por mujer adulta. La tasa de crecimiento anual de la población es 3.66% (Worldometer 2020).

Uganda tiene recursos naturales sustanciales, incluidos suelos fértiles, lluvias regulares, reservas importantes de petróleo y pequeños depósitos de cobre, oro y otros minerales. La agricultura es uno de los sectores más importantes de la economía y emplea al 72% de la fuerza laboral. El mercado de exportación del país sufrió una gran caída tras el estallido del conflicto en Sudán del Sur, pero se ha recuperado últimamente, en gran parte debido a las cosechas récord de café, que representan el 16% de las exportaciones, y al aumento de las exportaciones de oro, que representan el 10%. Uganda tiene un pequeño sector industrial que depende de insumos importados, como petróleo refinado y equipo pesado. En general, la productividad se ve obstaculizada por una serie de limitaciones del lado de la oferta, incluida la infraestructura insuficiente, la falta de tecnología moderna en la agricultura y la corrupción (FAO, 2020).

### 5.5.1. La situación económica de Uganda

El crecimiento económico de Uganda se ha desacelerado desde 2016 a medida que el gasto público y la deuda pública han crecido. El presupuesto de Uganda está dominado por el gasto en energía e infraestructura vial, mientras que Uganda depende del apoyo de los donantes para impulsar el crecimiento a largo plazo, incluida la agricultura, la salud y la educación. Los proyectos de infraestructura más grandes se financian externamente a través de préstamos. Como resultado, se espera que el coste de la deuda para estos préstamos aumente (World Bank, 2020).

Uganda se enfrenta a muchos desafíos económicos. La inestabilidad en Sudán del Sur ha provocado un fuerte aumento de los refugiados sudaneses y está perturbando el principal

mercado de exportación de Uganda. Los riesgos económicos adicionales incluyen: mala gestión económica, corrupción endémica y el fracaso del gobierno de invertir adecuadamente en la salud, la educación y las oportunidades económicas para una creciente población joven. Uganda tiene una de las tasas de electrificación más bajas de África: solo el 22% de los ugandeses tiene acceso a la electricidad, cayendo al 10% en las zonas rurales (AfDB, 2020).

Debido a que las personas con empleo asalariado en Uganda están mejor que las personas que trabajan por cuenta propia, uno de los resultados deseados de las reformas económicas del gobierno, a largo plazo, es tener un empleo público bien remunerado (GoU MPED, National Strategy for Private Sector Development, 2018).

La política del gobierno apunta a aumentar la productividad en la agricultura, trasladar el exceso de mano de obra de la agricultura a las actividades no agrícolas, reducir los costos de hacer negocios para los empresarios, expandir el sector privado formal, particularmente en manufactura y servicios, y mejorar los ingresos de los operadores de Pymes (GoU MPED, 2018).

### **5.5.2. El emprendimiento en Uganda**

El sector de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMEs) en Uganda incluye tres millones de hogares agrícolas y alrededor de un millón de empresas formales e informales compuestas por minoristas, procesadores, talleres de reparación y etc. El sector de las MIPYMEs emplea al 90% de las personas económicamente activas no agrícolas (GoU MFPED, 2018).

Las MIPYMEs son el motor del crecimiento para el desarrollo económico de Uganda. Se distribuyen en todos los sectores con el 49% en el sector servicios, 33% en comercio, 10% en manufactura y 8% en otros. Las MIPYMEs son impulsores clave para fomentar la innovación, la creación de riqueza y la creación de empleo en Uganda. Más de 2.5 millones de personas están empleadas en este sector, donde representan aproximadamente el 90% de todo el sector privado, generando más del 80% de la producción manufacturada que contribuye con el 20% del producto interno bruto (GDP) (GoU MTIC, 2015).

La definición de MIPYMEs incluye todo tipo de empresas, independientemente de su forma legal (como empresas familiares, empresas unipersonales o cooperativas) o si son empresas formales o informales para garantizar la inclusión. En términos cuantitativos, las microempresas son aquellas empresas que emplean no más de 5 personas y tienen un activo total que no excede de 10 millones de chelines ugandeses. Por otro lado, las pequeñas empresas emplean entre 5 y 49 personas y tienen activos totales entre 10 millones y 100 millones de chelines ugandeses. Finalmente, la empresa mediana emplea entre 50 y 100 personas, y con activos totales de más de 100 millones pero que no exceden los 360 millones (GoU MTIC, 2015).

La contribución de las MIPYMEs es significativa y tiene potencial para cambiar la economía de Uganda para mejor. Sin embargo, existe un marco de políticas inadecuado para permitir la

realización efectiva del potencial de crecimiento total de las MIPYME para el desarrollo económico. El gobierno, los socios para el desarrollo y el sector privado han presentado una serie de iniciativas para promover y desarrollar el sector de las MIPYMES, pero los esfuerzos han sido en gran medida dispersos, descoordinados, conflictivos y aislados (UBOS, 2017).

A pesar de los esfuerzos del gobierno, el informe Doing Business 2018 del Banco Mundial (Banco Mundial, 2018) clasifica a Uganda en el puesto 122 de 190, con desafíos notables que incluyen: obtener electricidad, iniciar un negocio, lidiar con los permisos de construcción y el comercio transfronterizo. La Fundación del Sector Privado de Uganda (PSFU) también ha señalado que el costo de la electricidad es un desafío para las empresas, particularmente para las MIPYMEs, así como los costos de transporte (PSFU, 2016). Otros desafíos incluyen proteger a los inversores, iniciar un negocio, hacer cumplir los contratos y obtener crédito. El principal factor que contribuye a estos impedimentos es la gran inestabilidad del sector, con muchas empresas que solo duran cinco años o menos (World Bank, 2017).

### **5.5.3. El sector Informal en Uganda**

Los hogares donde el cabeza de familia trabaja empleado en el sector privado o público, tienen muchas menos probabilidades de estar por debajo de la línea de pobreza que los hogares donde el cabeza de familia trabaja por cuenta propia en el sector informal (MPED, 2018). En Uganda, la economía informal representa un sector económico en crecimiento y una valiosa fuente de empleo. En 2016, alrededor del 35 por ciento de los hogares operaban empresas informales no agrícolas. Más del 50 por ciento de los trabajadores informales en Uganda son vendedores ambulantes y de mercado. La economía informal está compuesta principalmente por micro y pequeñas empresas, que emplean alrededor del 90 por ciento de la población económicamente activa no agrícola (GoU MPED, National Manpower survey, 2018).

Este sector se enfrenta a una serie de limitaciones: (i) infraestructura insuficiente; (ii) restricciones legales y regulatorias; (iii) problemas de comercialización; (iv) financiación inadecuada; (v) mala coordinación entre las entidades comerciales y los niveles de políticas; (vi) flujo de información deficiente; (vii) facilidad de entrada y salida; y (viii) desorganizado y no movilizado, con poco poder para la negociación colectiva, todo lo cual se combina para obstaculizar la eficiencia, la productividad y el potencial de ingresos. Como un componente importante dentro de la economía informal, el trabajo y los esfuerzos económicos de las mujeres deben fomentarse para optimizar sus contribuciones económicas y mejorar el crecimiento económico (GoU MPED, National Manpower survey, 2018).

El sector informal se desarrolló debido al colapso del sector formal en la década de 1970, la expulsión de los asiáticos emprendedores durante el mismo período y la inestabilidad política de las décadas de 1970 y 1980 (Okumu, 1995).

En Uganda, el crecimiento de la población, la reducción de los funcionarios públicos, la disminución del empleo en la agricultura y las deficiencias estructurales, hicieron que miles

de personas con ingresos familiares buscaran estrategias de supervivencia en el sector informal, conocido popularmente como "Magendo" (Kabann et al., 2004).

El sector informal crea una gran cantidad de empleos, a un costo de capital mínimo, con la capacidad de satisfacer las demandas a un costo asequible para todas las personas (OIT, 2019). Por lo tanto, este sector se ha convertido en un paraíso laboral para miles de hombres y mujeres ugandesas. Un ejemplo de ello es que de los 390,000 graduados cada año en Uganda, sólo el 2% los absorbe el sector formal, dejando a los otros graduados con la única opción de unirse al sector informal (Mugoda et al., 2020).

La expansión del empleo en el sector informal ha contribuido, aún más, a la capacidad de las personas de depender de los pequeños ahorros obtenidos de sus negocios, lo que no solo conduce al crecimiento económico, sino que también ha contribuido al aumento del PIB del país, que ha aumentado al 5,3% (World Bank, 2017). El sector informal ha sido lucrativo para los ugandeses en el sentido de que aquellos involucrados en él han aprendido a ser innovadores, abriendo pequeñas empresas en lugar de esperar empleo en el sector formal. La creatividad de los ugandeses que acuden y comienzan pequeñas empresas en el sector informal, ha alentado al gobierno de Uganda a apoyar a las personas involucradas en el sector informal (Esaku, 2021).

#### **5.5.4. El emprendimiento de las mujeres en Uganda**

##### ***5.5.4.1. La situación de las mujeres en Uganda***

El espíritu empresarial de las mujeres surge de un contexto que tiene dimensiones económicas, socioculturales, familiares y situacionales. En general, las mujeres ugandesas no tienen la misma oportunidad que los hombres de obtener un empleo remunerado o de beneficiarse de la experiencia laboral, los contactos y las oportunidades de acumular ahorros de los ingresos asalariados. A pesar de todos los desarrollos y actividades organizativas a favor de las mujeres en los últimos diez años, la brecha de género en la igualdad de las mujeres no se ha reducido demasiado. Si bien se ha avanzado en la representación política de las mujeres y el número de mujeres involucradas en la actividad empresarial ha aumentado, existen disparidades significativas con respecto a los niveles de pobreza, la educación, las oportunidades de empleo y el acceso de las mujeres a los recursos productivos (Guloba et al., 2017). Las mujeres siguen sin poder debido a la propiedad desigual de las tierras y propiedades, la práctica generalizada del precio de la novia y los casos de violencia doméstica (Mukasa, 2004).

Las mujeres no tienen igual acceso a la justicia y protección de las leyes, ni están incluidas en la toma de decisiones en el sistema de justicia. Muchas leyes son discriminatorias para las mujeres y la interpretación de las leyes a menudo discrimina en función del género. La Constitución de Uganda prohíbe todas las leyes discriminatorias, pero las leyes nacionales no reflejan actualmente esas disposiciones (Ellis et al., 2006). Muchas mujeres, particularmente aquellas con niveles más bajos de alfabetización y que viven en áreas rurales, carecen de

conciencia sobre sus derechos y alternativas económicas. Además, las mujeres tienen acceso desigual a la educación secundaria. Desde la implementación de la Educación Primaria Universal (UPE), la inscripción en la escuela primaria tiene un número casi igual de niñas y niños, pero en el nivel secundario, hay más niños que niñas. Según los funcionarios del Ministerio de Educación y Deportes (MES), las niñas abandonan a un ritmo más rápido que los niños, ya sea porque tienen que quedarse en casa para ayudar con las tareas domésticas y cuidar a los hermanos menores, los enfermos y los ancianos, o por embarazos no deseados. Esto significa que las niñas no pueden completar su educación secundaria y, por lo tanto, están en desventaja cuando se trata de iniciar empresas con potencial de crecimiento (Esaku y Tajani, 2021).

#### ***5.5.4.2. La situación de las mujeres emprendedoras en Uganda***

El surgimiento de las mujeres en la actividad empresarial y el activismo data de 1971, cuando la dictadura militar de Idi Amin asumió el poder político. Una verdadera explosión del emprendimiento africano en Uganda nació de la necesidad de sobrevivir en medio del caos. Más tarde, esto fue alentado por un clima creado por el gobierno que favorece las iniciativas económicas individuales. Durante el régimen de Idi Amin que duró de 1971 a 1979, los hombres huyeron o fueron asesinados. Muchas mujeres tuvieron que mantener a sus familias y a ellas mismas, mientras sus esposos o hijos estaban lejos luchando contra los comunistas (Snyder, 2000).

La crisis económica llevó a muchas mujeres campesinas a salir de sus hogares para cultivar más alimentos para la familia y para la venta. Algunas de ellas fueron a buscar empleo remunerado; otras fueron a montar pequeños negocios en los mercados y en las ciudades. Hubo también mujeres urbanas que se exiliaron, aquellas que eran políticamente activas en el régimen anterior y esposas de altos funcionarios del gobierno o de alto rango en las fuerzas de seguridad que huyeron o fueron asesinados. En el exilio, aprendieron a sobrevivir económicamente participando en muchos oficios, incluido el emprendimiento. Al regresar a Uganda, después de la caída de Amin, continuaron con ese espíritu de emprendimiento (Keller, 1996).

Después de que Museveni llegó al poder en 1986, mejoró la seguridad, se abrieron los mercados y entraron los comerciantes (Snyder, 2000). Con la libertad ganada, las mujeres comenzaron a viajar al extranjero, a lugares como Bangkok, India, Dubai y Roma para comprar productos para revender en Uganda. Durante el mismo período, el gobierno comenzó a nombrar a mujeres en cargos públicos importantes. A medida que crecía la confianza entre ellas, salían más mujeres a hacer negocios (Hassan, 2011).

La reestructuración económica que comenzó a fines de la década de 1980, trajo otros problemas que enviaron a más mujeres a los negocios, incluido el sector informal. El tamaño del servicio público se redujo mediante la reducción de personal, la desmovilización de los soldados, la jubilación voluntaria y la congelación de los puestos vacantes en el servicio civil. En el sector privado, el gobierno introdujo una política de liberalización del comercio, en



línea con las tendencias mundiales. Las industrias fueron privatizadas. Esto también significó la reducción de recursos humanos no técnicos (Hassan, 2011).

Las mujeres ugandesas están en desventaja en el mercado laboral. Menos del 12 por ciento de las mujeres económicamente activas tienen un empleo remunerado; el resto son trabajadores independientes o contribuyen con mano de obra familiar no remunerada. Las mujeres poseen aproximadamente el 40 por ciento de las empresas privadas en Uganda, principalmente a nivel micro empresarial informal. Muy pocas empresas propiedad de mujeres tienen más de 5 empleados. A nivel de microempresas, proporcionan alrededor del 48 por ciento del empleo. En 2003, aproximadamente 1,4 millones de mujeres ugandesas intentaban iniciar una empresa o eran propietarias de una empresa joven de menos de tres años y medio (ILO, 2005). Las empresas de mujeres representan una fuente considerable y sin explotar de empleo futuro y crecimiento económico en Uganda, con potencial para hacer una mayor contribución a los objetivos de reducción de la pobreza del país (Mugabi, 2014).

#### ***5.5.4.3. El emprendimiento de la mujer en el sector informal***

El 82% de las mujeres y el 68% de los hombres en Uganda en edad de trabajar están empleados en el sector informal (MPED, National Strategy for Private Sector Development, 2018). Existe una brecha de género entre mujeres y hombres en el sector informal. Las mujeres están subrepresentadas en actividades de altos ingresos y sobrerrepresentadas en actividades de bajos ingresos, como el trabajo subcontratado. La brecha de género puede atribuirse a una serie de factores, que incluyen mujeres que carecen de capital suficiente; su participación en roles de género, por ejemplo, crianza de niños y tareas domésticas; y su falta de habilidades y conocimientos (ILO, 2018; Esaku, 2021). Sin embargo, desde un punto de vista general, independientemente de la brecha de género entre hombres y mujeres en el sector informal, este sector es un factor importante en el empoderamiento socioeconómico de hombres y mujeres en Uganda y en todo el mundo en la actualidad (Guma, 2015).

La desmovilización de los militares es un caso particular que ha contribuido al crecimiento del sector informal. Desde finales de 1992, Uganda ha desmovilizado a unos 40,000 soldados, de los cuales las mujeres constituyen una pequeña minoría. Las mujeres veteranas han tenido dificultades para reintegrarse en sus aldeas de origen. Las sociedades las percibieron como seguidores de un estilo de vida no tradicional como personal militar y, por lo tanto, no aptas para el matrimonio. Peor aún, estas mujeres no tenían acceso a la tierra por derecho propio y se convirtieron en trabajadoras del sector informal. Las personas afectadas por el proceso de desmovilización, terminaron principalmente en el sector informal, ya que la mayoría de ellos no tenían habilidades alternativas de empleo (Keller, 1996).

En las zonas rurales, las mujeres tienen menos opciones que los hombres para actividades que generan ingresos o empleo fuera de la granja. Se dice que las trabajadoras agrícolas son en su mayoría mujeres cabezas de familia divorciadas o viudas. Son extremadamente pobres, sin acceso a la tierra y sin otras opciones que el trabajo agrícola mal pagado (Madina et al., 2017).

Las mujeres emprendedoras están activas en el 45 por ciento de las MIPYMEs. Sin embargo, más del 90 por ciento de sus empresas tienen menos de cinco empleados, que están agrupados en gran medida en la economía informal. Se estima que 1.4 millones de mujeres poseen una empresa de menos de 42 meses o están en el proceso de intentar iniciar una empresa (Asiimwe, 2022). Sin embargo, muy pocas empresas propiedad de mujeres son capaces de crecer más allá del nivel micro, debido a una variedad de factores socioeconómicos y culturales que dificultan que para las mujeres sean mucho más difíciles en relación con los hombres en Uganda. Una serie de "fallas" del mercado, gubernamentales, educativas y sistémicas, deficiencias en los arreglos institucionales y la discriminación de género se combinan para afectar negativamente el acceso de las mujeres a la educación, capacitación, desarrollo gerencial, crédito, servicios profesionales de desarrollo empresarial, información de mercado, representación, y otros recursos y oportunidades económicas (Madina et al., 2017).

En Uganda, como han demostrado varios estudios, las mujeres empresarias operan principalmente en un ambiente hostil que no es adecuado para fines comerciales (Halkias et al., 2011). Las mujeres, particularmente en las áreas rurales, se ven afectadas por su analfabetismo, bajos niveles de conciencia y organización, grado de impotencia o falta de representación política, privación, costumbres sociales rígidas, restricciones religiosas e injusticia por parte de sus contrapartes (Tambunan, 2009). También hay evidencia que sugiere que las empresas propiedad de mujeres están sujetas a un soborno y acoso significativamente mayores, por ejemplo, que las empresas propiedad de hombres. El Informe de la Encuesta de Costos Regulatorios de Uganda de 2004 encontró que, si bien el 25% de todas las empresas informaron que los funcionarios del gobierno habían "interferido" con sus negocios, amenazando con cerrarlos o pidiendo sobornos, por ejemplo, el 43% de las empresas propiedad de mujeres reportaron interferencia (Kirkpatrick y Lawson, 2004).

Hay evidencia abrumadora que respalda la subcapitalización como la mayor barrera entre las mujeres emprendedoras en los países en desarrollo (Ibru, 2009; Zororo, 2011). La evidencia de Uganda indica mucho menos crédito privado (6% del PIB) que la media en África Subsahariana (12%) (Mugoda et al., 2020) debido a su gran déficit fiscal. Las mujeres empresarias enfrentan un claro sesgo de género en el acceso al crédito, y reciben solo el 9% del crédito disponible (alrededor del 1% en las zonas rurales) (Esaku, 2021). Los problemas financieros específicos para las mujeres empresarias incluyen: falta de garantías, ausencia de registro de crédito, activos registrados a nombre del esposo, incapacidad para calificar para préstamos debido a criterios estrictos aplicados por los bancos y falta de experiencia comercial y administrativa. Esta brecha de financiación representa una falla importante del mercado e impide que las mujeres alcancen el nivel más alto de logro empresarial (Mugoda et al., 2020).

### 5.5.5. Estudio de campo y tamaño de la muestra.

Como comenté en el capítulo introductorio, mi elección de Uganda se basa en el conocimiento del país durante mi experiencia profesional en el mismo con la Cruz Roja, con programas de prevención de desastres, ayuda humanitaria y desarrollo comunitario por todo el país.

Uganda ha sido un país relativamente estable desde la independencia (exceptuando el gobierno de Idi Amin) y el principal aliado de Estados Unidos en la región. El contexto de estabilidad que otorga a su población y su papel importante durante el Genocidio de Ruanda, la Guerra en la República Democrática del Congo y ahora en el conflicto de Sudán del Sur, hacen de Uganda un país muy interesante para incluirlo en este estudio.

Para realizar el estudio de Uganda elegí hacerlo en la capital (Kampala), ya que hay una mayor variedad de actividades empresariales en el sector informal en Kampala que en otras zonas del país, donde el tipo de actividad está más restringida a la agricultura y ganadería.

La zona del estudio comprende principalmente el mercado de Kampala, que es el centro de la actividad informal, pero también vamos a estudiar barrios colindantes donde muchas mujeres realizan venta ambulante de comida, y hay algunas tiendas donde se vende ropa y artesanía.

Las zonas estudiadas son las siguientes:

- **Kyebando.** Esta ubicación se encuentra en la división de Nakawa y está dividida en dos comunidades: kyebando Nsooba y kyebando Kisalosaló. Hay muchas actividades económicas que se desarrollan, como tiendas de comestibles, venta de carbón, carpintería, etc.... Las dos zonas están más ocupadas por la noche debido a los restaurantes al lado de la carretera.
- **Kyanja.** Kyanja, al igual que kyebando, se encuentra en la división de Nakawa. Tiene muchas tiendas minoristas, boutiques, salones, restaurantes al borde de la carretera y, sobre todo, tiendas de comestibles y de venta de carbón. Los puestos son muchos y están muy cerca unos de otros, lo que hace que la competencia entre las mujeres sea muy alta.
- **Bukoto.** Esta zona no está lejos de las ubicaciones anteriores. Tiene muchas mujeres en negocios como sastres, venta de bocadillos, principalmente por la mañana, boutiques, tiendas minoristas, etc.... También dispone de un mercado en la carretera de Kyebando donde encontramos puestos de alimentación, pescado fresco, pescado seco, etc.... También tiene bares en la calle Kisasi y una gasolinera.
- **Ntinda.** Siguiendo la carretera principal, Ntinda está justo después de Bukoto y, como cualquier otro lugar, está muy concurrido, sobre todo por la noche, ya que los vendedores ambulantes se dirigen a las personas que vienen del trabajo y regresan a

casa. A medida que avanzamos, hay un cruce y el camino a la izquierda va a Kisasi-Kyanja, donde encontramos el mercado de Ntinda. En este mercado se encuentra de todo, y también tiene grandes supermercados y clínicas en los alrededores.

- **Kamwokya.** Después de Bukoto está Kamwokya, que se conoce como el lugar más concurrido de Kampala. La gente se mueve hasta altas horas de la noche. Tiene restaurantes, carnicerías, tiendas minoristas, agentes de dinero móvil, y mujeres que venden ropa a los lados de la carretera. La zona se vuelve más concurrida el viernes, ya que es día de mercado. También está en el corazón de la división de Nakawa.
- **Wandegeya.** El área en Wandegeya donde se llevó a cabo la encuesta es Buganda Road. Tiene muchos vendedores ambulantes, pero sobre todo los que venden frutas. También cuenta con pequeños restaurantes, hospitales, lugar residencial y mucho más.
- **City Square.** Este es un lugar que está en el corazón de la ciudad de Kampala. Tiene un lugar de descanso y alrededor hay vendedores ambulantes que venden frutas, bocadillos, y por la noche también se encuentran vendedores de verduras. Avanzando hacia la carretera de Speke, utilizando la carretera principal, hay un pequeño cruce y una carretera que lleva al mercado de Nakasero. Mucha gente va a comprar allí por la tarde, especialmente los que trabajan en el centro.
- **Speke Road.** Speke Road es una calle cercana a la plaza de la ciudad. Tiene muchos vendedores ambulantes que hacen que la competencia entre las mujeres sea alta. Algunos venden snacks, té, material de papelería, pañuelos, etc... Allí también encontramos la oficina de correos, un banco, restaurantes, el edificio de telecomunicaciones de Uganda y más adelante, la casa del presidente.
- **Calle Colville.** Es una calle cercana a Speke Road. También tiene vendedores ambulantes que venden frutas, periódicos y algunos bocadillos. También hay un puesto de policía en la misma calle donde detienen temporalmente a los infractores de la ley.
- **Calle Naser.** Esta calle es conocida por duplicar documentos, imprimir camisetas, hacer sellos, certificados, etc... También encontramos muchos vendedores ambulantes, vendedores de bocadillos, restaurantes etc... Nasser Road también está cerca de una vía férrea y mucha gente circula por esa calle para tomar el tren e ir al extra radio de Kampala.

## 5.6. Comparativa del emprendimiento de las mujeres en los países estudiados

### 5.6.1. Comparativa del perfil socioeconómico por país.

Como vemos en la tabla 32, salvo en República Centroafricana donde el 85% de las mujeres son cabezas de familia, en el resto de países los porcentajes de mujeres casadas son cercanos o superiores al 50%. La edad media oscila entre los 24 años de Sudán del Sur a los 42,2 de República Centroafricana y el tamaño medio de las familias es de 4 miembros en tres países (Uganda, Sudán del Sur y Tanzania), con 2 en Burundi y 6,4 en República Centroafricana.

Respecto a la educación, los estudios de primaria son mayoría en tres países (70% en Burundi, 75% en Sudán del Sur y Tanzania 84%) y en los otros dos países (Uganda 43% y República Centroafricana 45%) la mayoría de las mujeres no tienen estudios. El arraigo en la comunidad, oscila entre los 3,5 años de Sudán del Sur a los 14,6 de República Centroafricana.

Las mujeres y sus familias, tienen unos ingresos diarios per cápita, en todos los países, por debajo de los tres dólares, salvo en el caso de Sudán del Sur debido a que hay una gran disparidad entre la tasa de cambio oficial y el mercado negro con el dólar americano. El porcentaje de las mujeres que ahorran es alto en todos los países salvo en Burundi que es del 45%. El ahorro medio diario de las mujeres, que ahorran, oscila entre los 0,5 dólares de República Centroafricana y los 2,50 de Uganda. El principal destino del ahorro es la salud, salvo en Sudán del Sur que es el negocio. Finalmente, el porcentaje de acceso al crédito es bajo en todos los países salvo en Tanzania con un 53%. Esto es debido a que en la zona donde se tomó la muestra había una presencia muy fuerte de una institución microfinanciera. Los prestamistas son el canal de acceso al crédito en 2 de los 5 países.

**Tabla número 32. Perfil socioeconómico de cada país.**

Porcentaje	Tanzania	Burundi	República Centroafricana	Uganda	Sudán del Sur
Situación social: Casada	61%	45%	15%	60%	51%
Nivel de Estudios	84% (Primaria)	70% (Primaria)	45% (Primaria)	43% (Sin Estudios)	75% (Sin Estudios)
Mujeres que ahorran	89%	45%	65%	100%	97%
Destino del ahorro	37% (Salud)	44% (Salud)	47% (Salud)	50% (Salud)	41% (Negocio)
Mujeres que tienen acceso al crédito	53%	35%	15%	25%	8%
Mujeres que tienen acceso al crédito a través de:	90% (Microfinanzas)	93% (Asociaciones)	44% (Prestamistas)	50% (Amigos)	33% (Prestamistas)
Mujeres con deudas distintas del crédito	5%	53%	8%	40%	28%

Mediana	Tanzania	Burundi	República Centroafricana	Uganda	Sudán del Sur
Edad	28,5	35	42,2	39	24
Numero de miembros de la familia a cargo de la mujer	4	2	6,4	4	4
Años residiendo en la comunidad	10	6,7	14,6	4,5	3,5

Mediana USD	Tanzania	Burundi	República Centroafricana	Uganda	Sudán del Sur
Ingresos diarios	3,58	2,9	9,87	11,68	17,1
Ingresos diarios per capita	0,76	0,97	0,67	2,92	4,2
Montante que ahorran	1,3	0,74	0,5	2,59	1,4



### 5.6.3. Comparativa de las capacidades de gestión de las mujeres por país.

Como vemos en la tabla 34, en todos los países, al menos el 50% de las mujeres, consultan antes de tomar decisiones en el negocio. A pesar de ser el marido la persona más consultada en todos los países, el porcentaje es menor del 50% en todos los países.

En el caso del almacenamiento, sólo en dos de los países, almacenan los insumos del negocio en casa de manera mayoritaria (Tanzania y República Centroafricana). En relación con los proveedores, en todos los países, pagan de manera mayoritaria en metálico y en tres de ellos cambian frecuentemente de proveedores (Tanzania, Burundi y Sudán del Sur). Además, en todos negocian de manera mayoritaria con los proveedores, y la principal razón del cambio y lo que negocian es el precio.

Respecto a los clientes, en tres de los países (Tanzania, Uganda y Sudán del Sur) las mujeres, de manera mayoritaria, controlan el número de clientes que tienen y utilizan esa información para compararla con datos anteriores. El dato de que una mayoría de las mujeres controlan el número de clientes que tienen y lo comparan con los de fechas anteriores, reafirma la idea de que un porcentaje alto de las mujeres desarrollan una gestión más compleja de sus negocios de lo que se puede apreciar a simple vista. Y proporciona una base para trabajar en formaciones de desarrollo empresarial más complejas adaptadas a su entorno y capacidad. En tres de los países (Tanzania, Uganda y Sudán del Sur), la mayoría de las mujeres no buscan activamente a los clientes. Este también es un campo de mejora clara en la gestión del negocio y el hecho de que haya mujeres, en un porcentaje minoritario, que si lo hacen nos indica que puede ser factible para todas las mujeres.

Sólo en dos de los cinco países (Uganda y Sudán del Sur), las mujeres venden a crédito de manera mayoritaria. Durante las entrevistas me di cuenta de que los negocios que tenían mayores beneficios eran los que vendían a crédito, pero las mujeres entrevistadas no quieren hacerlo porque no saben gestionar el riesgo de la actividad. Este es un aspecto importante a mejorar en la Base de la Pirámide ya que en mi opinión tendría un impacto significativo en el aumento de clientes y por tanto de beneficios del negocio.

En tres países (Tanzania, Uganda y Sudán del Sur), las mujeres registran de manera mayoritaria los gastos y los ingresos del negocio. Podemos observar que, aunque no llevan una contabilidad propiamente dicha de sus gastos e ingresos, una mayoría sí que realizan un control de los mismos. Además, partiendo de que ellas son conscientes de la necesidad de llevar a cabo ese control y de que saben diferenciar entre ingreso y gasto, esto permitiría llevar a cabo formaciones básicas sobre contabilidad entre las mujeres entrevistadas. En todos los países, con porcentajes cercanos al 100%, respondieron que si saben calcular los beneficios del negocio y además comparan los beneficios actuales con los anteriores. Esto me permite deducir que llevan a cabo cierta reflexión sobre la marcha del negocio y de alguna

manera la gestión es más avanzada que simplemente llevar el día a día del negocio. En este apartado hemos podido ver que la gestión de los gastos e ingresos, junto con el cálculo de los beneficios, es adecuada y tienen una buena base para introducir formaciones más especializadas en este ámbito.

En dos de los países (Tanzania y Uganda), las mujeres mayoritariamente invierten parte de los beneficios en el negocio, y el destino predominante de la inversión, en todos los países, es la compra de más producto. Este dato es muy interesante ya que la inversión en circulante es la que les va a dar más rendimiento a corto plazo, pero también pone de manifiesto que muy pocas invierten en mejorar el negocio a largo plazo. Claramente es otro aspecto a mejorar en su gestión del negocio.

Al preguntar a las mujeres sobre los riesgos en sus negocios, en todos los países fueron capaces de identificar diferentes riesgos. El riesgo con mayor porcentaje de respuestas en tres países (Tanzania, República Centroafricana y Uganda) fueron, las inundaciones y las lluvias, aunque en ningún país el porcentaje supera el 50%. El hecho de identificar los riesgos es muy positivo. Sin embargo, el margen de mejora reside en la prevención de esos riesgos, ya que sólo en un país (Burundi), las mujeres tratan de manera mayoritaria de gestionarlo. Este tema debería ser objeto de una formación específica.

En relación al pago de impuestos, en dos países (Burundi y Sudán del Sur) la mayoría de las mujeres pagan impuestos, y en los otros tres (Tanzania, República Centroafricana y Uganda) también hay mujeres que los pagan aunque con porcentajes por debajo del 50%. Este dato nos permite ver que hay negocios que pagan impuestos pero no por ello están dentro de la formalidad.



**Tabla número 34. Capacidades de gestión de las mujeres en cada país.**

Porcentaje	Tanzania	Burundi	República Centroafricana	Uganda	Sudán del Sur
Piden consejo a la hora de tomar decisiones	49%	78%	23%	60%	68%
A quien piden consejo a la hora de tomar decisiones: Marido	39%	27%	13%	30%	28%
Donde almacenan los insumos de sus negocios: Casa	59%	24%	100%	24%	20%
Metodo de pago a los proveedores: metálico	96%	68%	68%	98%	83%
Cambian de proveedores	73%	68%	43%	18%	56%
Razon principal del cambio de proveedor: Precio	100%	85%	100%	100%	79%
Negociacion con proveedores	51%	75%	75%	75%	67%
Negociacion con proveedores: Precio	92%	42%	39%	97%	46%
Controlan el número de clientes y comparan	64%	40%	40%	90%	95%
Buscan activamente a los clientes	24%	63%	63%	25%	28%
Como cuidan a sus clientes: amables con ellos	51%	35%	35%	64%	65%
Como buscan nuevos clientes: nuevos productos o servicios	50%	56% (Piden que les recomienden)	46% (Piden que les recomienden)	32% (todo limpio)	29% (todo limpio y ordenado)
Venden a crédito	23%	30%	30%	55%	55%
Registran los gastos e ingresos del negocio	97%	30%	23%	63%	92%
Saben calcular el beneficio del negocio	95%	93%	98%	100%	97%
Comparan los beneficios pasados con actuales	91%	93%	98%	98%	95%
Invierten beneficios en el negocio	64%	20%	29%	65%	30%
Destino de la inversión en el negocio: insumos	88%	64%	100%	96%	85%
Riesgos del negocio: Desastres Naturales	30%	12%	33%	32%	8%
Intentan gestionar el riesgo identificado	26%	50%	23%	20%	21%
Pago de Impuestos	13%	85%	10%	45%	80%
Tipo de impuesto: Autoridades	85%	94%	75%	88%	71%

Mediana	Tanzania	Burundi	República Centroafricana	Uganda	Sudán del Sur
Numero de trabajadores en sus negocios	2,5	0	0	0,3	0,5
Número de proveedores que tienen	3	3	3,6	3,3	2,5
Numero de veces que compran insumos a la semana	3	4,45	2,5	2,2	2,2

#### 5.6.4. Comparativa del perfil psicológico de las mujeres emprendedoras por país.

Como vemos en la tabla 35, en todos los países, las mujeres, con un porcentaje por encima del 90%, han reflexionado sobre sus años de experiencia empresarial, y se sentían suficientemente maduras para “atreverse” a dar consejos a otras mujeres.

Respecto a la satisfacción de las mujeres con sus negocios, podemos ver claramente la misma en función del porcentaje, cercano al 100%, de mujeres que prefieren tener sus propios negocios a trabajar por cuenta ajena.

En relación a como se consideran ellas mismas, vemos que piensan que son:

**Optimistas.** El porcentaje de respuestas positivas en tres países es alto (Tanzania, República Centroafricana y Uganda) pero en los otros dos es inferior al 50% (Burundi y Sudán del Sur).

**Creativas.** En todos los países el porcentaje es superior al 50%, siendo el porcentaje más alto el de República Centroafricana con el 90% y el más bajo el de Sudán del Sur con el 51%.

**Independientes.** Sólo en dos países el porcentaje supera el 50%, Tanzania con el 93% y República Centroafricana con el 78%. El porcentaje más bajo es en Uganda con el 0%.

**Líderes.** Vemos de nuevo el mismo resultado, los mismos dos países con porcentajes por encima del 50% (93 y 75%) y los otros tres países con el 18%, 7% y 5%.

**Amigables.** En cuatro países los porcentajes están alrededor del 90%, y en el quinto el 56% de Sudán del Sur.

**Muy trabajadoras.** En todos los países los porcentajes están muy por encima del 50%, con el porcentaje más bajo del 74% (Burundi) y el más alto del 100% (República Centroafricana).

**Sociables.** Tenemos un porcentaje muy alto en todos los países, entre el 80% y 100%.

Además, su respuesta a si les gustan las siguientes situaciones fue:

**Mirar hacia el futuro.** En todos los países los porcentajes están muy por encima del 50%, con el porcentaje más bajo del 67% (Sudán del Sur) y el más alto del 95% (República Centroafricana).

**Tomar decisiones.** Volvemos a tener en todos los países los porcentajes por encima del 50%. En Tanzania y República Centroafricana tiene los porcentajes más altos con el 96% y el 80% respectivamente.

**Competencia.** Solo en dos países hay porcentajes de respuestas positivas superiores al 50% (Tanzania y Burundi), mientras que en los otros países los porcentajes son del 33% en Centroafricana, 19% en Uganda y del 8% en Sudán del Sur.

**Cambios.** Solo en Sudán del Sur no les gustan los cambios a las mujeres de manera mayoritaria, con un porcentaje del 23%. En los otros países los porcentajes están muy por encima del 50%, con República Centroafricana y Tanzania con porcentajes del 95% y 92% respectivamente.

**Ordenadas.** En Tanzania encontramos el porcentaje más alto con un 95%, seguido de Sudán del Sur con 56% y Burundi con 51%. Por debajo del 50% se sitúan Uganda y Centroafricana con un 44% y 25% respectivamente.

**Empresarias.** El 98% y 95% de las mujeres se consideran empresarias en Uganda y Sudán del Sur, seguidas del 75% en Tanzania. Por el contrario, en Burundi y República Centroafricana los porcentajes están por debajo del 50%, con un 35% y 8% respectivamente.

**Futuro profesional para sus hijos/as.** En tres países los porcentajes son superiores al 50%, con Sudán del Sur alcanzando el 95%. Sin embargo, en Tanzania y Burundi los porcentajes son inferiores al 50%, con 38% y 40% respectivamente.

**Tabla número 35. Perfil psicológico de las mujeres emprendedoras en cada país.**

	Tanzania	Burundi	República Centroafricana	Uganda	Sudán del Sur
Se sienten capacitadas para dar consejos a otras empresarias	90%	98%	90%	100%	85%
Preferencia de ser empresaria frente a asalariada	97%	100%	100%	93%	90%
Se consideran Optimistas	97%	44%	100%	74%	21%
Se consideran Creativas	86%	61%	90%	51%	69%
Se consideran Independientes	93%	38%	78%	0%	38%
Se consideran Líderes	93%	7%	75%	5%	18%
Se consideran Amigables	91%	86%	95%	84%	56%
Se consideran Muy trabajadoras	88%	74%	100%	81%	80%
Les gusta mirar hacia el futuro	92%	86%	95%	77%	67%
Se consideran Sociables	93%	86%	100%	91%	80%
Les gusta tomar decisiones	96%	58%	80%	72%	62%
Les gusta tener competencia	65%	53%	33%	19%	8%
Les gustan los cambios	92%	90%	95%	65%	23%
Se consideran Ordenadas	95%	51%	25%	44%	56%
Se ven como Empresarias	75%	35%	8%	98%	95%
Quieren que sus hijos/as sean Empresarios/as	38%	40%	68%	55%	95%

### 5.6.5. Resultados

#### 5.6.5.1. Perfil socioeconómico.

En relación a las variables estudiadas respecto al perfil socioeconómico, vemos una coincidencia de los datos relativos al ahorro, destino del ahorro, acceso al crédito y la edad, del 80% entre los cinco países. El porcentaje desciende al 60%, cuando se comparan los datos relativos al estatus social, nivel de estudios y número de miembros de la familia.

Los datos del perfil socioeconómico encontrado en Tanzania, cuando se comparan con los otros cuatro países analizados, tienen una coincidencia del 75% en tres variables (ahorro, destino del ahorro y edad), del 50% en cuatro variables (estatus social, nivel de estudios, número de miembros de la familia e ingreso per cápita), y en una variable no tiene coincidencia alguna (acceso al crédito) debido al sesgo mencionado anteriormente.

#### 5.6.5.2. Iniciativa empresarial.

En cuanto a las variables estudiadas de la iniciativa empresarial, vemos una coincidencia en los datos relativos a la motivación para poner un negocio, selección del negocio, deseo de mejorarlo, motivación para la mejora y capacidad de análisis de sus negocios del 100% entre los cinco países. El porcentaje desciende al 80% cuando se comparan los datos relativos a la evolución, fuente de financiación al poner el negocio, la mediana de los años de vida de los negocios, el número de mujeres gestionando el primer negocio, la satisfacción con el negocio y la razón de la misma. En el resto de variables la coincidencia es del 60%.

En la comparativa de Tanzania con los otros cuatro países, respecto a la iniciativa empresarial, vemos una coincidencia del 100% en cinco variables (motivación, capacidad de análisis del negocio, mujeres gestionando el primer negocio, deseo de mejora y motivación de la misma), del 75% en seis variables (años de vida del negocio, selección, fuente de financiación, cambio experimentado, satisfacción y razón de la misma) y del 50% en cuatro variables (razón del fracaso del primer negocio, madurez del negocio, estudios previos y tipo de estudio).

#### 5.6.5.3. Gestión empresarial.

En las variables estudiadas respecto a la gestión empresarial de las emprendedoras, vemos una coincidencia en los datos relativos a método de pago a los proveedores, negociar y objeto de la negociación con los proveedores, saber calcular y comparar los beneficios, destino de la inversión en el negocio y pago de impuestos a las autoridades, del 100% entre los cinco países. El porcentaje es del 80%, para los datos sobre si piden consejo, controlan el número de clientes y no gestionan los riesgos identificados. En el resto de variables la coincidencia es del 60%, salvo en los datos relativos al almacenaje de insumos que es del 20%.

En la comparativa de Tanzania con los otros cuatro países, respecto a la gestión empresarial, vemos una coincidencia del 100% en siete variables (pago en metálico, negociación y objeto de la misma con los proveedores, sabe calcular el beneficio y los comparan con datos anteriores, destino de la inversión en el negocio y a quién pagan impuestos), del 75% en tres

variables (gestión del riesgo, control del número de clientes y pedir consejo) y del 50% en cinco variables (cambio de proveedores, venta a crédito, contabilizar gastos e ingresos conjuntamente, inversión en el negocio y riesgos del negocio).

#### **5.6.5.4. Perfil psicológico.**

Respecto al perfil psicológico, vemos una coincidencia del 100% en las repuestas relativas a la capacidad de aconsejar a otras empresarias, preferencia de ser empresaria frente a asalariada, ser creativa, amigable, muy trabajadora, sociables, mirar hacia el futuro y tomar decisiones. El porcentaje es del 80% en el dato de que le gustan los cambios, y del 60% en los relativos a ser optimista, independiente, ser líder, gustarle la competencia, considerarse empresaria y respecto al futuro profesional de sus hijos.

En la comparativa de Tanzania con los otros cuatro países, respecto al perfil psicológico, vemos una coincidencia del 100% en ocho variables (capacidad de aconsejar, preferencia por ser empresaria, creativas, amigables, muy trabajadoras, mirar hacia el futuro, sociables y tomar decisiones), del 80% en una variable (les gustan los cambios), 60% en tres variable (optimistas, ordenadas y considerarse empresaria), y del 50% en otras tres variables (independiente, liderazgo y competencia).

A continuación, voy a presentar el grado de concordancia del perfil psicológico de las mujeres, a través de las respuestas a todas las preguntas que relacioné en el capítulo introductorio, con los rasgo de la personalidad de personas emprendedoras, de acuerdo a los estudios mencionados en dicho capítulo. El cálculo de dicho grado, está basado en la media de los porcentajes de respuestas positivas en los cinco países y son los siguientes:

- Ética laboral, el grado de concordancia es del 90%.
- Locus de control interno, 100%.
- Necesidad de logro, 65%.
- La propensión a asumir riesgos, 77%.
- Tolerancia a los cambios, 90%.
- Optimismo disposicional, 80%.
- Pro actividad, 75%.
- Competitividad, 80%.
- Estabilidad emocional, 87%.
- Iniciativa, 70%.
- Persistencia, 100%.

Como vemos, hay dos rasgos con el 100% (locus de control interno y persistencia), tres con el 90% o muy cercanos (ética laboral, tolerancia a los cambios y estabilidad emocional), tres con el 80% o muy cercanos (propensión a asumir riesgos, optimismo disposicional y competitividad), dos con el 70% o muy cercano (pro actividad e iniciativa), y finalmente uno con el 65% (necesidad de logro). Los rasgos con porcentajes más bajos, se ven penalizados

por sus argumentos de “necesidad”, con un 0% en las respuestas a “¿Por qué pusieron en marcha sus negocios?” y del 20% con “¿Por qué eligieron ese negocio?”.

En base a estos resultados, vemos que el perfil psicológico de las mujeres emprendedoras en la Base de la Pirámide es coincidente de media en un 77%, con los rasgos del perfil empresarial presentado en el capítulo introductorio.

## CAPÍTULO SEXTO: CONCLUSIONES.

Con el objetivo de cubrir la falta de literatura sobre el emprendimiento de las mujeres en la Base de la Pirámide en África, en esta tesis he estudiado su perfil socioeconómico, psicológico, y su iniciativa y gestión empresarial. Además, analicé e identifiqué los factores de éxito en los negocios de las mujeres emprendedoras de Tanzania. Como complemento a las áreas estudiadas, realicé una comparativa entre los cinco países para ver el grado de coincidencia entre ellos en las diferentes variables estudiadas, identificando un perfil común para todos los países. Además, a partir de los resultados obtenidos en esta tesis, también he realizado una serie de recomendaciones con el objetivo de reducir y, en algunos casos, eliminar las barreras personales, profesionales y del mercado en el que operan las mujeres africanas en la Base de la Pirámide. Estas recomendaciones se dirigen a una variedad de actores, desde autoridades, líderes locales y el Gobierno, pasando por ONGs, Instituciones Microfinancieras y Organizaciones Internacionales.

Los resultados del análisis por país y comparativo entre los cinco países objeto de estudio muestran que **el perfil socioeconómico** de las mujeres africanas en la Base de la Pirámide es el siguiente:

–Mujer casada, con una familia de 5 miembros, con estudios primarios y con una edad entre los 30 y 40 años. Con un ingreso diario per cápita inferior a 1 dólar norteamericano, que es capaz de ahorrar y que destina ese ahorro principalmente a la salud, pero que no tiene acceso al crédito.”

Este perfil difiere con el de Tanzania sólo en el acceso al crédito, por el sesgo mencionado respecto a la presencia de una Institución Microfinanciera en la zona de estudio.

En cuanto a **la iniciativa empresarial**, los resultados muestran que:

–La principal motivación para poner un negocio es la necesidad” y que –la selección del negocio está basada en el presupuesto disponible por parte de las mujeres”. –Las mujeres han llevado a cabo algún estudio previo a la puesta en marcha del negocio” y –el estudio previo que llevan a cabo, con mayor frecuencia, es el cálculo del posible beneficio del negocio”.

–Las mujeres, en nuestra muestra de estudios, están gestionando su primer negocio, y llevan entre 4 y 7 años en activo. Son capaces de analizar la evolución del mismo durante dicho periodo, y el cambio principal que han identificado a lo largo de esos años ha sido el del aumento de sus clientes. Por lo general, las mujeres ponen en marcha sus negocios con sus propios fondos y están satisfechas con el mismo. La razón de ello, es el beneficio que les reporta. Además, quieren mejorarlos, para captar más clientes.”

Este perfil de iniciativa empresarial coincide con el de Tanzania, salvo en la realización de estudios previos. Tanzania es el único país con un porcentaje inferior al 50% (36%).

En referencia a **la gestión empresarial**, los resultados también muestran que:

—Las mujeres piden consejo antes de tomar una decisión relativa al negocio. Pagan a sus proveedores en metálico y cambian de proveedor regularmente, sobre todo en función del precio de los insumos o los servicios que les prestan”. Además, —controlan el número de clientes que tienen y lo comparan con los datos de días anteriores. No venden a crédito y contabilizan los gastos e ingresos del negocio conjuntamente”. Esto les permite calcular los beneficios de los negocios y compararlos con los datos de días anteriores. —N suelen invertir los beneficios en el propio negocio, pero, cuando lo hacen lo destinan a comprar insumos”. En cuanto a los riesgos que afronta el negocio, —estas mujeres son capaces de identificarlos pero muy pocas intentan prevenirlos y/o gestionarlos”. Finalmente, —a pesar de trabajar en el sector informal, y que la mayoría de ellas no paga impuestos, hay un porcentaje que si lo hace, tanto al gobierno como a las autoridades locales.”

La gestión empresarial que hacen las mujeres en Tanzania, sólo difiere de la enunciada, en que sí, invierten parte de los beneficios en el negocio.

En cuanto **al perfil psicológico**, los resultados de esta investigación muestran que:

—Las mujeres se sienten empresarias y les gustaría que sus hijos/as también lo fueran. Además, han reflexionado sobre su experiencia de negocios y se sienten capacitadas para aconsejar a las que empiezan.

Se sienten optimistas, creativas, sociables, muy trabajadoras, y además, les gusta los cambios, mirar hacia el futuro, tomar decisiones y ser ordenadas.”

El perfil psicológico en Tanzania, tan solo difiere del anterior, en que además sí se consideran líderes, les gusta tener competencia y prefieren que sus hijos/as sean funcionarios en vez de empresarios/as.

**Para finalizar**, el perfil común a los cinco países descrito, se ha construido en base a la coincidencia de los cinco países en un total de veinte variables, de cuatro países en catorce y de tres países en diecinueve, de un total de cincuenta y cuatro variables, relativas al perfil psicológico, socioeconómico, y la iniciativa y gestión empresarial.

En cuanto al segundo objetivo específico de esta tesis doctoral, **los factores de éxito** identificados entre las mujeres encuestadas han sido los siguientes:

- a) Haber realizado un estudio preliminar, antes de poner en marcha el negocio. Este factor muestra una capacidad de reflexión de las mujeres que lo llevan a cabo, antes de tomar una decisión tan importante, como lanzarse a poner en marcha un negocio.
- b) Pedir consejo a la hora de tomar decisiones. Independientemente de a quién le piden ese consejo. La variedad de personas a las que consultan dentro y fuera de la familia hace que el hecho de consultar sea más relevante de a quién consultan.



- c) Tener experiencia previa en el sector. Este factor está relacionado con el conocimiento previo de aspectos relacionados con el negocio, como los proveedores, clientes, medios de producción, insumos, etc...
- d) Tener ahorros. El ahorro no sólo se ha identificado como un factor de éxito en el estudio, sino que las mujeres que ya habían puesto un negocio fallido anterior, señalaron este factor como muy importante: ahorrar para emergencias. Otro elemento que se desprende de los resultados de este estudio, es que el ahorro no está asociado sólo a las que más ganan, sino que porcentualmente ahorran igual o más las que menos ingresan en sus negocios. Esto nos lleva a considerar que el hábito del ahorro no está restringido por el ingreso, sino que es un hábito que hay que promocionar entre las emprendedoras.
- e) Tener suficiente capital inicial. Cuanto mayor sea el capital inicial con el que se pone en marcha el negocio, mayor es la probabilidad de éxito. Esto refuerza la necesidad del acceso al crédito a través de instituciones microfinancieras o de metodologías de microcréditos comunitarios. El acceso al crédito para poner en marcha sus negocios permitirá aumentar el capital inicial y, por ende, tener más oportunidades de éxito.
- f) Tener variedad de proveedores, lo que permite elegir a aquel con las mejores condiciones (incluido el precio) en cada momento, y también permite diversificar el riesgo de ruptura de stock de los insumos. El no tener acceso a insumos para el negocio fue identificado por las mujeres como uno de los factores de fracaso en sus anteriores negocios.
- g) Tener un nivel de educación secundaria o superior. En el estudio realizado se observó que hay una correlación entre la educación y el aumento de ingresos en la base de la Pirámide. Esto refuerza la necesidad de desarrollar campañas que promuevan la educación de las niñas en enseñanza secundaria, y al mismo tiempo apoyar la educación en adultas.

En base a las entrevistas realizadas y al análisis de todos los datos recopilados, he elaborado un listado de recomendaciones, destinadas a reforzar las capacidades de las mujeres empresarias en la Base de la Pirámide, disminuir sus vulnerabilidades, eliminar las barreras del mercado en el que operan y propiciar oportunidades para la consolidación y expansión de sus negocios.

Todas las propuestas y políticas que propongo a continuación tienen un claro enfoque de género. Es importante diferenciar las políticas en base al género, ya que las peculiaridades de la situación de las mujeres hacen necesario el diseño de acciones centradas en ellas. Las siguientes recomendaciones van enfocadas al desarrollo económico sostenible de las mujeres que viven en la Base de la Pirámide.

Las soluciones y políticas propuestas son las siguientes:

1. **Fomento de la formalización de los negocios**, mediante el establecimiento de un pago mínimo para la formalización de las empresas de las mujeres que actualmente operan en el sector informal. Una cuota que comenzaría siendo mínima y que se podría ir incrementando gradualmente conforme el negocio de la mujer se fuera desarrollando. Esto supondría, por un lado, recaudar fondos para el país y por otro visualizar toda esa actividad económica. Es importante que el Gobierno desarrolle una campaña de sensibilización a nivel comunitario, explicando el importante papel desempeñado por las mujeres en el desarrollo de la comunidad y del país.

Aunque la formalización no supusiera un gran cambio en el acceso a servicios ofrecidos por parte del Gobierno (electricidad, agua, seguridad, etc...), sí que les daría una mayor seguridad jurídica en el ámbito comunitario y les protegería ante extorsiones o pago de otro tipo de ~~impuestos~~. Además dejarían de ser invisibles para las políticas de apoyo al desarrollo empresarial por parte del Gobierno.

El pago de la cuota se realizaría en los Centros de Desarrollo Empresarial de la Mujer que se establecerían en las comunidades. Una forma de medir el desarrollo del negocio podría ser que las mujeres accediesen a servicios específicos desarrollados por la comunidad como garantía, apoyo legal, acceso a instituciones microfinancieras o incluso a la banca formal, que ofrezcan estos centros.

2. **Desarrollo de las microempresas y de las empresarias**. Una vez formalizados sus negocios, las empresarias tendrían derecho a ser beneficiarias de formaciones, tener acceso a instituciones microfinancieras (avaladas por la comunidad), asesoría técnica, y apoyo legal y financiero. Esto se llevaría a cabo a través de las Centros para el Desarrollo Empresarial de la Mujer mencionados anteriormente.
3. **Fomento de la creación de cooperativas o asociaciones** entre las mujeres que desempeñan la misma actividad y/o actividades complementarias en la comunidad. Pertenecer a una cooperativa les puede ofrecer mayor protección jurídica y a través de ellas se pueden canalizar actividades microfinancieras, como el microleasing o los microseguros, negociaciones con proveedores y dialogar con las autoridades.
4. **Favorecer el acceso a financiación** para la puesta en marcha de negocios y su posterior desarrollo. Para facilitar el acceso a financiación para los negocios de las mujeres en la Base de la Pirámide debemos reducir el riesgo de impago que este tipo de cliente puede representar para una institución microfinanciera. Para ello, el Gobierno puede llevar a cabo dos acciones:

- a) Subvencionar el tipo de interés con el que las instituciones microfinancieras otorgan microcréditos a las mujeres empresarias. Esto reduciría el riesgo de impago y con ello el riesgo.
  - b) Proveer de garantía a las mujeres que cubra el riesgo de impago en un porcentaje alto.
- 5. Promover el ahorro.** Es importante que las mujeres puedan ahorrar con seguridad y a largo plazo. Para ello las cooperativas, asociaciones e instituciones microfinancieras puede jugar un papel importante para acoger los ahorros en forma de depósitos. En muchos países la legislación financiera pone muchos obstáculos tanto administrativos como financieros para que una institución pueda recibir depósitos. La lógica de ello es proteger los depósitos de los ahorradores, pero a su vez se convierte en una barrera insalvable para las organizaciones sin ánimo de lucro que podrían desempeñar ese papel. La legislación financiera se debería flexibilizar para que las instituciones o asociaciones sin ánimo de lucro pudieran desempeñar ese papel en las comunidades.
- 6. Creación de seguros.** La gestión del riesgo es fundamental para el éxito de los negocios y el desarrollo de microseguros adaptados a los riesgos que afrontan en la comunidad es fundamental para ello. El Gobierno puede subvencionar a aseguradoras y/o instituciones microfinancieras para que desarrollen productos en la comunidad o darle ese papel a los Centros para el Desarrollo Empresarial de la Mujer.
- 7. Asesoría empresarial.** La comunidad debería disponer de técnicos de apoyo al desarrollo empresarial de las mujeres. Estos técnicos darían apoyo técnico a las mujeres y les propondrían planes de desarrollo de sus negocios a través de los servicios que los Centros para el Desarrollo Empresarial de la Mujer brindarían a las empresarias de la comunidad.
- 8. Proporcionar tutorías.** Los técnicos de apoyo al desarrollo empresarial de las mujeres podrían identificar los negocios exitosos y proponer a esas empresarias ser tutoras de aquellas mujeres que necesiten apoyo para la consolidación o el desarrollo de sus negocios. Los técnicos coordinarían estas tutorías que deberían ser remuneradas, ya que las tutoras invierten parte de su tiempo en ayudar a otras mujeres. La remuneración podría correr a cargo del Gobierno en un 80% en los casos de consolidación del negocio y la mujer tutelada remuneraría el 20% restante. Sin embargo, en las tutorías para el desarrollo del negocio el pago sería del 60% a cargo del Gobierno y del 40% a cargo de las mujeres tuteladas.
- 9. Fortalecer la formación profesional a nivel comunitario.** Las mujeres deberían acceder a formaciones profesionales ofrecidas por el Ministerio de Educación en las

comunidades. Una vez graduadas se afiliarían al gremio correspondiente y empezarían la formación empresarial enfocada a ese negocio.

Llevar a cabo formaciones para mejorar la formación tanto profesional como empresarial es uno de los aspectos a mejorar para el éxito y desarrollo de los negocios. Hemos visto que la elección de sus negocios se basa en el presupuesto que tienen y no en la formación que tienen para desempeñar el negocio. Por ello, es importante elaborar formaciones profesionales para las principales profesiones que las mujeres desempeñan en la BdP.

Las formaciones se pueden llevar a cabo por mujeres de la comunidad que ya estén desarrollando esas actividades, esto permitiría empezar a crear un nexo de unión entre todas las mujeres que desempeñan la misma profesión. Estas mujeres serían formadas y remuneradas para ser formadoras en la comunidad.

**10. Implementación de programas de formación empresarial específicos para las mujeres.** A diferencia de los programas de formación profesional, los programas de formación empresarial deben ser desarrollados de manera específica en base a las necesidades y capacidades de las mujeres. Así como una formación en peluquería puede ser más o menos la misma en toda Tanzania, la formación empresarial debe diseñarse de manera específica en cada localidad, ya que las necesidades y capacidades pueden no ser las mismas.

Durante mucho tiempo, las ONGs centraban las formaciones empresariales de manera general en enseñar contabilidad. En este estudio, hemos visto que para estas mujeres hay muchos más aspectos a mejorar que la contabilidad. Gracias a las entrevistas realizadas, hemos visto aspectos de mejora en la gestión empresarial específicos de las mujeres de esta comunidad y quizás algunos que se puedan repetir en otros contextos, pero no podemos dar por supuesto que las necesidades son las mismas en todas las comunidades.

Por ejemplo, la gestión del riesgo es específica de cada comunidad ya que los riesgos son distintos. Pero el estudio de los clientes, para ajustar la producción a la demanda es algo general a todos los contextos. Dentro de las formaciones generalistas se podrían ofrecer las siguientes:

- Selección del negocio;
- Estudios de viabilidad y plan de negocio;
- Importancia de realizar inversiones a largo plazo;
- Estudio de la clientela;
- Técnicas de negociación con los proveedores;
- Desarrollo del negocio y/o
- Ahorro;

En cuanto a las formaciones específicas, algunas de ellas podrían ser:

- Gestión del riesgo;
- Captación y fidelización de la clientela;
- Venta a crédito;
- Toma de decisiones: saber a quién consultar y pedir consejo y/o
- Gestión de proveedores;

Como he mencionado anteriormente, un elemento importante para instrumentalizar estas políticas podría ser la **creación de Centros para el Desarrollo Empresarial de la Mujer en las distintas comunidades**, con las siguientes funciones:

- Identificar todos los negocios de las mujeres en la comunidad y promover su formalización.
- Creación y desarrollo de Asociaciones Profesionales y/o Cooperativas entre las mujeres que desempeñan la misma actividad profesional para desarrollar sinergias y coordinar iniciativas como microseguros, microleasing, etc...
- Impartir formaciones vocacionales y de emprendimiento empresarial.
- Avalar a las mujeres para acceder a programas del Gobierno, ONGs o Instituciones Microfinancieras.
- Proveer de garantía para las siguientes actividades: compra a crédito de insumos, acceso a Instituciones Microfinancieras y a la banca formal, etc...
- Fomentar y coordinar la tutoría entre las mujeres con la misma actividad económica.
- Dar apoyo legal para el desarrollo de los negocios.
- Identificar necesidades.
- Promover el dialogo con las autoridades
- Coordinar y favorecer la acción de ONGs y Asociaciones en la comunidad
- Realizar informes de la situación de las mujeres empresarias en la comunidad

**Para finalizar**, esta tesis ha permitido vislumbrar las capacidades y fortalezas de las mujeres empresarias africanas en la Base de la Pirámide, y verlas como un activo importante para el desarrollo de sus países y la lucha contra la pobreza. Sus negocios sobreviven con mucho esfuerzo, sin ningún tipo de apoyo, y en un entorno hostil, tanto jurídico como cultural. Pero a pesar de ello, no desfallecen, están comprometidas con sus negocios y quieren desarrollarlos.

Ellas se consideran empresarias, y aunque la motivación para poner sus negocios fue la necesidad, su actitud, gestión y personalidad, las hace acreedoras de esa consideración. Los datos de esta tesis avalan que muchas mujeres en la Base de la Pirámide que han puesto negocios para sacar adelante a sus familias, deben ser consideradas empresarias.

En un estudio futuro, me propongo aumentar y diversificar las muestras en Uganda, República Centroafricana, Sudán del Sur y Burundi, incluyendo mujeres que operan en mercados de capitales de provincias, y llevar la investigación a otros países tanto del continente africano como de otros continentes

## BIBLIOGRAFIA

Acheampong G., Mark Esposito. (2014). –The nature of entrepreneurship in bottom of the pyramid markets”. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, Vol. 21, No. 4, 2014.

Acheson, J.M. (1986). –Constraints on Entrepreneurship: Transaction costs and market efficiency”. In: Greenfield, S.M. and Strickon, A. (eds) *Entrepreneurship and Social Change*. Lanham: University Press of America. Páginas 45-53.

Acs, Z. J., P. Braunerhjelm, D. Audretsch, and B. Carlsson (2009). –The knowledge spillover theory of entrepreneurship”. *Small Business Economics*. 32(1): 15–30.

Acs, Zoltan J., Sameeksha Desai, Jolanda Hessels. (2008). –Entrepreneurship, Economic Development and Institutions”. February 2008. *Small Business Economics* 31(3):219-234.

Adabre M. A., Albert P.C. Chan A. P. C., Amos D. A. (2021). –Interactive effects of institutional, economic, social and environmental barriers on sustainable housing in a developing country”. *Building and Environment*, 108487. ISSN 0360-1323,

<https://doi.org/10.1016/j.buildenv.2021.108487>

Adams, E.A., D. Sambu, and S.L. Smiley. (2019). –Urban Water Supply in Sub-Saharan Africa: Historical and Emerging Policies and Institutional Arrangements”. *International Journal of Water Resources Development* 35 (2): 240–63.

<https://doi.org/10.1080/07900627.2017.1423282>

Adejumo, O. Efobi, U. and Asongu, S. A. (2020). –Financing Sustainable Development in Africa: Taking Stock, and Looking Forward”. *Research Africa Network Working Papers* 20/071. Research Africa Network (RAN).

Adner, R. (2017). –Ecosystem as structure: An actionable construct for strategy”. *Journal of Management*, 43(1), 39–58. <https://doi.org/10.1177/0149206316678451>

African Development Bank (AfDB). (2020). –Uganda Economic Outlook 2020”.

[www.afdb.org/en/countries/east-africa/uganda/uganda-economic-outlook](http://www.afdb.org/en/countries/east-africa/uganda/uganda-economic-outlook)

African Development Bank (AfDB). (2018). –Central Africa Economic Outlook”.

<https://www.afdb.org/en/documents/document/central-africa-economic-outlook-2018-100837>

African Development Bank (AfDB). (2018). –The Political Economy of South Sudan”.

<https://www.afdb.org/en/documents/document/the-political-economy-of-south-sudan-106028>

African Development Bank (AfDB). (2017). –CAR - 2017-2021 Country Strategy Paper”.

<https://www.afdb.org/en/documents/document/car-2017-2021-country-strategy-paper-99374>

- African Development Bank (AfDB). (2013). –Financial Inclusion in Africa”. [www.afdb.org/fileadmin/uploads/afdb/Documents/ProjectandOperations/Financial\\_Inclusion\\_in\\_Africa.pdf](http://www.afdb.org/fileadmin/uploads/afdb/Documents/ProjectandOperations/Financial_Inclusion_in_Africa.pdf)
- African Development Bank (AfDB). (2012). –Profil Genre du Burundi”. Tunis: AfDB, 2012. <https://www.afdb.org/en/documents/project-operations/country-gender-profiles/gender>
- Afshin, A., Peñalvo, J.L., Gobbo, L. Del, Silva, J., Michaelson, M., O’Flaherty, M., Capewell, S., Spiegelman, D., Danaei, G. & Mozaffarian, D. (2017). –The prospective impact of food pricing on improving dietary consumption: A systematic review and meta-analysis”. PLoS ONE, 12(3).
- Ahmed, Professor and Nwankwo, Sonny. (2013). –Entrepreneurship development in Africa: an overview”. World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development. 9. 2013. 10.1108/WJEMSD-06-2013-0033
- Ajak, P. B. (2013). –The Debate - South Sudan: In Defence of the Central Bank's Devaluation decision”. The New Sudan Vision (NSV). <http://www.newsudanvision.com>
- Akechak Jok, Robert A Leitch & Carrie Vandewint. (2004). –A study of customary law in contemporary South Sudan”. World Vision and The South Sudan Secretariat of Legal and Constitutional Affairs, March 2004.
- Akiyoade A., A.J. Dietz, and C.U. Uche. (2017). –Entrepreneurship in Africa”. African dynamics. Issue 15. Brill. ISSN Number 9789004349773
- Alamine, O. (2006). –Entrepreneurship in Africa”. New African, 457, 84.
- Albee Alana. (1994). –Support to Women's Productive and Income-Generating Activities”. UNICEF Evaluation and Research Working Paper Series, Number 1. <http://www.caledonia.org.uk/albee-1994.htm>
- Alfonso-Gil, J. y Lacalle-Calderon, M. (2020). –La financiación del desarrollo”, en Vázquez Barquero, A. y Rodriguez Cohard, JC. (Coord): Globalización y desarrollo de los territorios, Ed. Pirámide, Madrid.
- Alfred, Charlotte. (2015). –How South Sudan’s Conflict Is Killing Women Far From the Battlefield”. Huffington Post. 7 Oct. 2015.
- Ali, A., Kelley, D. J., & Levie, J. (2019). Market-Driven Entrepreneurship and Institutions. Journal of Business Research. doi:10.1016/j.jbusres.2019.03.010.
- Allen L. Hammond, William J. Kramer, Robert S. Katz, Julia T. Tran, Courtland Walker. (2007). –The Next 4 Billion: Market Size and Business Strategy at the Base of the Pyramid”.



Chapter One: Introduction and Market Overview. World Resource Institute/ International Finance Corporation. ISBN 1-56973-625-1.

Alsop, R & Heinsohn, N. (2005). –Measuring empowerment in practice: structuring analysis and framing indicators”. World Bank Policy Research Working Paper 3510. [www.siyanda.org/static.alsop-empowerment.htm](http://www.siyanda.org/static.alsop-empowerment.htm).

Amaeshi, K., and Idemudia, U. (2015). –Africapitalism: A management idea for business in Africa?”. *Africa Journal of Management*, 1(2), 210–223. <https://doi.org/10.1080/23322373.2015.1026229>

Amine, L. S. and Staub, K. M. (2009). –Women entrepreneurs in Sub-Saharan Africa: an institutional theory analysis from a social marketing point of view”. *Entrepreneurship and Regional Development*. Vol 21. No 2, pp 183-211.

Ananth, Bindu, and Annie George Soju. (2003). –Scaling up Micro- Financial Services: An Overview of Challenges and Opportunities”. ICICI Bank, Mumbai

Anderson, A. R., and Obeng, B. A. (2017). –Enterprise as socially situated in a rural poor fishing community”. *Journal of Rural Studies*, 49, 23–31.

Anderson, D. (1982). –Small Industry in Developing Countries: A Discussion of Issues”. *World Development* 10, no. 11: 913-48.

Aranas LL, Khanam R, Rahman MM, Nghiem S. (2020). –Combining Microfinance and Health in Reducing Poverty-Driven Healthcare Costs: Evidence From the Philippines”. 2020. *Frontiers in public health*, 8, 583455. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2020.583455>

Arnott, Richard. (2008). –Housing Policy in Developing Countries: The Importance of the Informal Economy”. Commission on Growth and Development Working Paper; No. 13. World Bank, Washington, DC. © World Bank. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/28043>

Arvil V. Adams, Sara Johansson de Silva and Setareh Razmara. (2013). –Improving Skills Development in the Informal Sector: Strategies for Sub-Saharan Africa”. *Directions in Development - Human Development*. World Bank. July 2013.

Asiimwe, Godfrey Berinde. (2022). –Interrogating Unemployment Amid Growth: Tracking Youth Unemployment in Neo-Liberal Uganda, 1990–2019”. *Journal of Asian and African Studies* 10.

Asongu, S. A., Nnanna, J. and Acha-Anyi, Paul N. (2020). –Finance, inequality and inclusive education in Sub-Saharan Africa”. *Economic Analysis and Policy*, Elsevier, vol. 67(C), pages 162-177.

- Asongu S. A., Uchenna R. Efobi, Belmondo V. Tanankem, Evans S. Osabuohien. (2020). –Globalisation and Female Economic Participation in Sub-Saharan Africa”. *Gender Issues* 37:1, pages 61-89.
- Ástebro, T., H. Herz, R. Nanda, and R. A. Weber. (2014). –Seeking the roots of entrepreneurship: Insights from behavioral economics”. *Journal of Economic Perspectives*. 28(3): 49–70.
- Audretsch, D. B. (2007). Entrepreneurship capital and economic growth. *Oxford Review of Economic Policy*, 23(1), 63-78.
- Aulet, William and Murray, Fiona E., (2013). A Tale of Two Entrepreneurs: Understanding Differences in the Types of Entrepreneurship in the Economy. Cited from <https://ssrn.com/abstract=2259740/> <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2259740>
- Augustino Ting, Mayai. (2013). –SPLM Politics of Gender Equity”. The Sudd Institute, 2013. <http://www.suddinstitute.org/assets/Publications/Gender-Equity-and-the-SPLMPoliticsFinal2.pdf>.
- Bagachwa, M. S. D. and A. Naho (1995). –Estimating the Second Economy in Tanzania”. *World Development*. Vol. 23, No. 8, pp. 1387-1399.
- Baier, J., & Hamel, K. (2018). –Africa: The last frontier for eradicating extreme poverty”. Retrieved from Brookings Institute website: [www.brookings.edu/blog/future-development/2018/10/17/africa-the-last-frontier-for-eradicating-extreme-poverty](http://www.brookings.edu/blog/future-development/2018/10/17/africa-the-last-frontier-for-eradicating-extreme-poverty)
- Bandura, A. (1997). –Self-efficacy: the exercise of control”. New York: Freeman & Co.
- Banerjee, Abhijit V. and Esther Duflo. (2011). –Poor Economics: a radical rethinking of the way to fight global poverty”. New York: Public Affairs, 2011.
- Banerjee, Abhijit V., and Esther Duflo. (2006). –The Economic Lives of the Poor”. Working Paper 06-29, Department of Economics, Massachusetts Institute of Technology, Cambridge, MA. <http://ssrn.com/abstract=942062>
- Banque de la République du Burundi. (2012). –Enquête nationale sur l'inclusion financière au Burundi—Desjardin Développement International.
- Bardasi, E. and Sabarwal, S. (2009). –Gender, access to finance, and entrepreneurial performance in Sub-Saharan Africa”. World Bank Mimeo. Washington DC: World Bank
- Barnes, Sandra. (1986). –Political Entrepreneurs in a West African City”. *Entrepreneurship and Social Change*, edited by Sidney Greenfield and Arnold Strickon. Lanham, Md: University Press of America, 224-225.

Baron, R. A. (2004). "The cognitive perspective: A valuable tool for answering entrepreneurship's basic "why" questions". *Journal of Business Venturing*. 19(2): 221–239.

Barrick, M. R., and Mount, M. K. (2005). "Yes, Personality Matters: Moving on to More Important Matters". *Human Performance*, 18(4), 359–372.  
[https://doi.org/10.1207/s15327043hup1804\\_3](https://doi.org/10.1207/s15327043hup1804_3)

Basse, O.Y., & Kwizera, J. (2017). "Norms and practices impeding gender equality in Burundian society". *Care*.

Basu, K. (2006). "Gender and say: A model of household behavior with endogenously determined balance of power". *The Economic Journal*, 116, 558-580.  
<https://doi:10.1111/j.1468-0297.2006.01092>

Bauer, P. T. (1954). "West African Trade". Cambridge: Cambridge University Press.

Baum, J. R. (2001). "Motivation mediators, personal characteristics, and new venture performance". Paper presented at the meeting of the Society for Industrial-Organizational Psychologists, San Diego, CA.

Baum, J. R. and E. A. Locke. (2004). "The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to new venture growth". *Journal of Applied Psychology*. 89(4): 587–598.

Becherer, R. C., & Maurer, J. G. (1999). "The proactive personality disposition and entrepreneurial behavior among small company presidents". *Journal of Small Business Management*, 38(1).

Becker, Kristina Flodman. (2004). "The Informal Economy". Stockholm: Swedish International Development Agency.

Begley, T. & Boyd, D. (1987). "A comparison of entrepreneurs and managers of small business firms". *Journal of Management*, 13(1).

Belghith, Nadia, Belhaj Hassine, Karamba, R. Wendy, Talbert, Elizabeth Ann, De Boisseson, Pierre Marie Antoine. (2019). "Tanzania - Mainland Poverty Assessment 2019". Washington, D.C. : World Bank Group. <http://documents.worldbank.org/curated>

Bendell, J. (2005). "From responsibility to opportunity: CSR and the future of corporate contributions to world development".

<http://www.mhcinternational.com/csr%20from%20responsibility%20to%20opportunity.htm>

Benjamin, N., and A. A. Mbaye. (2012). "Informal Sector in Francophone Africa: Firm Size, Productivity and Institutions". Washington, DC: World Bank.

- Berger, E., and Nakata, C. (2013). –Implementing technologies for financial service innovations in base of the pyramid markets”. *Journal of Product Innovation Management*, 30(6), 1199–1211
- Berman, Bruce and Colin Leys. (1994). –African Capitalism in Africa Development”. Boulder, Colo.: Lynne Rienner Publishers.
- Bétila, R.R. (2021). –The impact of Ease of Doing Business on economic growth: a dynamic panel analysis for African countries”. *SN Bus Econ* 1, 144 (2021).  
<https://doi.org/10.1007/s43546-021-00143-9>
- Beveridge, A. A., and A. R. Oberschall. (1979). –African Business Development in Zambia”. Princeton: Princeton University Press.
- Bizimungu, A. (2016). –Impact Des Avantages Du Code Des Investissements Accordés Ces Cinq Dernières Années Sur L'économie Nationale”. *Gouvernance Financiere, Institutions Et Developpement Au Burundi*, 134.
- Block, J., P. Sandner, and F. Spiegel. (2015). –How do risk attitudes differ within the group of entrepreneurs?. The role of motivation and procedural utility”. *Journal of Small Business Management*. 53(1): 183–206
- Bl t hner, A. & Vierck, L. (2009). –Setting standards for business & development”. *European Food and Feed Law Review*, 2, 104-118.
- Bonnet, Florence, Joann Vanek and Martha Chen. (2019). –Women and Men in the Informal Economy – A Statistical Brief”. Manchester, UK: WIEGO.
- Boqiang Lin, Michael Adu Okyere. (2021). –Does energy poverty affect the well-being of people: Evidence from Ghana”. *Sustainable Production and Consumption*, Volume 28, 2021, Pages 675-685. ISSN 2352-5509. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2021.06.031>
- Bornstein, D. (2007). –How to change the world: Social entrepreneurs and the power of new ideas”. Oxford University Press.
- Bratton, M (2007). –Formal versus Informal Institutions in Africa”. *Journal of Democracy*, 18, 96-110.
- Brenton, Paul; Gamberoni, Elisa; Sear, Catherine. (2013). *Women and Trade in Africa : Realizing the Potential*. World Bank, Washington, DC.  
<https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/16629>

Brinkerhoff, J. M. (2009). –Creating an enabling environment for diaspora’s participation in home-land development”. *International Migration*, 50(1), 75-95. Transnational Agency and Migration: Actors, Movements, and Social Support London: Routledge.

Brinks, Martin, and Philip Vale. (1990). –Entrepreneurship and Economic Change”. London: McGraw-Hill.

Brixiová, Z. and Kangoye, T. (2016). –Gender and constraints to entrepreneurship in Africa: new evidence from Swaziland”. *Journal of Business Venturing Insights*, No 5, pp1-8.

Brandstaetter, H. (1997). –Becoming an entrepreneur - a question of personality structure?”. *Journal of Economic Psychology*, 18.

Brockhaus, R. H. (1980). –Risk-taking propensity of entrepreneurs”. *Academy of Management Journal*, 23.

Brockhaus, R. H. and P. S. Horwitz. (1986). –The psychology of the entrepreneur”. In: *The Art and Science of Entrepreneurship*. Ed. by D. Sexton and R. Smilor. Pensacola, FL: Ballinger Publishing Company. 25–48.

Brugmann, J. & Prahalad, C.K. (2007). –Cocreating Business’s New Social Compact”. *Harvard Business Review*, (February): 1-13.

[http://www.cgap.org/docs/OccasionalPaper\\_8.pdf](http://www.cgap.org/docs/OccasionalPaper_8.pdf)

Bruhn, M., and D. McKenzie. (2014). –Entry Regulation and the Formalization of Microenterprises in Developing Countries”. *World Bank Research Observer* 29 (2): 186-201.

Cagatay, Nil fer. (1998). –Gender and Poverty”. Working Paper Serie n°5. UNDP.

Caliendo, M., F. M. Fossen, and A. S. Kritikos. (2009). –Risk attitudes of nascent entrepreneurs–new evidence from an experimentally validated survey”. *Small Business Economics*. 32(2): 153–167.

Calton, J. M., Werhane, P. H., Hartman, L. P., & Bevan, D. (2013). –Building partnerships to create social and economic value at the base of the global development pyramid”. *Journal of Business Ethics*, 117(4), 721–733.

Campbell, K. (2006). –Central African Republic, Chad, and Sudan: Triangle of Instability?”. United States Institute for Peace. Published 1 December 2006. <https://www.usip.org/publications/2006/12/central-africanrepublic-chad-and-sudan-triangle-instability>

Canh, N., and S. Ranh. (2020). –Financial Development and the Shadow Economy: A Multi Dimensional Analysis”. *Economic Analysis and Policy* 67 (September): 37-54.

Cañeque, F. C., & Hart, S. (Eds.). (2015). –Base of the pyramid 3.0: Sustainable development through innovation and entrepreneurship”. Sheffield: Greenleaf Publishing Limited.

Carletto Gero, Katia Covarrubias, Benjamin Davis, Marika Krausova, Kostas Stamoulis, Paul Winters and Alberto Zezza. (2007). –Rural income generating activities in developing countries: Re-assessing the evidence”. Vol. 4, No. 1, 2007, pp. 146-193. FAO.

Carruthers, Robin; Dick, Malise; Saurkar, Anuja. (2005). –Affordability of Public Transport in Developing Countries”. Transport Papers series;no. TP-3. World Bank, Washington, DC. © World Bank. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/17408>

Cassar, G. and H. Friedman. (2009). –Does self-efficacy affect entrepreneurial investment?”. Strategic Entrepreneurship Journal. 3: 241–260.

Castello S. and Boike, C. (2013). –Microfinance and small economies leveraging remittances in Africa”. Enterprise development & microfinance, ISSN 1755-1978, Vol. 24, N°. 2, 2013. 160-170.

Catholic Relief Services (CRS). (2015). –Analyse des Barrières Liées au Genre dans la Lutte Contre la Malnutrition Chronique et le Retard de Croissance Chez les Enfants de 0 à 2 Ans— CRS, May 2015.

Cervero R. (2013). –Linking urban transport and land use in developing countries”. Journal of Transport and Land Use. Vol. 6, No. 1 (2013), pp. 7-24. <http://www.jstor.org/stable/26202644>

Central Intelligence Agency (CIA). (2020). –The World Fact book: Burundi”.

<https://www.cia.gov/library/publications/theworld-factbook/geos/by.html>.

Central Intelligence Agency (CIA). (2020). –World Fact book: South Sudan”. <https://www.cia.gov/library/publications/theworld-factbook/geos/by.html>

Central Intelligence Unit (CIA). (2020). –World Factbook: Uganda”.

Central Intelligence Unit (CIA). (2020). –World Factbook: Central African Republic”.

Charman, A and L Petersen. (2010). –An investigation of characteristics distinguishing entrepreneurs from the self-employedj in South African informal economy”. Johannesburg: Unpublished Paper presented at the WITS Conference on Entrepreneurship.

Chen, C. C., P. G. Greene, and A. Crick. (1998). –Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers?”. Journal of Business Venturing. 13: 295–316.

- Chen, M. (2010). –Informality, Poverty, and Gender: An Economic Rights Approach”. Chapter in *Freedom from Poverty: Economic Perspectives*. Ed. Bard Anreassen, Arjun K. Sneguptha, and Stephen P. Marks. Oxford: Oxford University Press.
- Chen, Martha. (2004). –Women in the Informal Sector: A Global Picture, the Global Movement”. *SAIS Review* 21 (1): 71–82.
- Chikweche, T., Stanton, J., Fletcher, R. (2012). –Family Purchase Decision Making at the Bottom of the Pyramid”. *Journal of Consumer Marketing*, 29 (3), 202–13. <http://doi:10.1108/07363761211221738>
- Chikweche, Tendai and Richard Fletcher. (2010). –Understanding Factors That Influence Purchases in Subsistence Markets”. *Journal of Business Research*, 63 (6), 643-650.
- Chilsehe, Jonathan. (1992). *Nothing wrong with Africa, Except...*. New Delhi: Viokas Publishing House.
- Choi, J., and M. Rum. (2005). –Corruption and the Shadow Economy”. *International Economic Review* 46 (3): 817-36.
- Christen, Robert P., Richard Rosenberg, and Veena Jayadeva. (2004). –Financial Institutions with a Double Bottom Line”. Washington, DC: Consultative Group to Assist the Poor.
- Christensen, Jones, Enno Siemsen Lisa, and Sridhar Balasubramanian. (2015). –Consumer Behavior Change at the Base of the Pyramid: Bridging the Gap between for-Profit and Social Responsibility Strategies”. *Strategic Management Journal*, 36 (2), 307-317.
- Chu, A. B. (2018). –Mobile Technology and Financial Inclusion”. *Handbook of Blockchain, Digital Finance, and Inclusion*, Volume 1, Academic Press, 2018, Pages 131-144. ISBN 9780128104415. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-810441-5.00006-3>
- Churchill, N.C. & Lewis, V.L. (1986). –Entrepreneurship research: directions and 56 methods”. In D. L. Sexton & R. W. Smilor (Eds.). *The Art and Science of Entrepreneurship* (pp. 333-365). Cambridge, Massachusetts: Ballinger.
- Ciavarella, M., A. K. Buchholtz, C. M. Riordan, R. D. Gatewood, and G. S. Stokes. (2004). –The big five and venture survival: Is there a linkage?”. *Journal of Business Venturing*. 19(4): 465–483.
- Cipolla, C., and Reynoso, J. (2017). –Service Design as a sense making activity: Insights from low-income communities in Latin America”. D. Sangiorni and A. Prendiville (Eds.), *Designing for Service – Key Issues and New Directions*, Bloomsbury Publishing, 147-162.
- Clemence, R.V., and F.S. Doody. (1950). –The Schumpeterian System”. Cambridge: Addison-Wesley Press.

Clyde, P. and Karnani, A. (2015). "Improving Private Sector Impact on Poverty Alleviation". *California Management Review*, 57(2), 20-35.

Cojocaru, Alejandru. (2010). "Tanzania: Skills in the Informal Sector". Africa Department, World Bank, Washington, DC.

Colijn, L. (2009). "Country Report Tanzania". Rabobank Economic Research Department, Utrecht.

Collier, P. (2007). *The bottom billion: why the poorest countries are failing and what can be done about it*. Oxford ; New York, Oxford University Press.

Collins, C. J., P. J. Hanges, and E. A. Locke. (2004). "The relationship of achievement motivation to entrepreneurial behavior: A meta-analysis". *Human Performance*. 17: 95–117.

Colovic, A. and Mehrotra, S. (2020), "Lifelong activism and women's entrepreneurship: how a social movement organization improves conditions for self-employed women in India", *European Business Review*, Vol. 32 No. 5, pp. 937-958. <https://doi.org/10.1108/EBR-09-2019-0215>

Committee on the Elimination of Discrimination against Women (CEDAW). (2014). "Concluding observations on the combined initial and second to fifth periodic reports of the Central African Republic". CEDAW/C/CAF/CO/1-5, United Nations.

Committee on the Elimination of Discrimination against Women (CEDAW). (2008). "Informe sobre la Republica Unida de Tanzania". UNHR. New York. USA.

Cook, J., Kimuyu, P., Whittington, D. (2016), "The Costs of Coping with Poor Water Supply in Rural Kenya: coping cost of poor water." *Water Resources Research*, 52 (2), 841–59. doi:10.1002/2015WR017468.

Costa, P. T. and R. R. McCrae. (1992). "NEO PI-R Professional Manual". Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.

Cowley, S. (2008). "10 worst countries for startups", available at: [http://money.cnn.com/galleries/2008/smallbusiness/0809/gallery.20\\_worst\\_countries\\_for\\_smallbiz.smb/index.html](http://money.cnn.com/galleries/2008/smallbusiness/0809/gallery.20_worst_countries_for_smallbiz.smb/index.html)

Crabtree, A. (2006). "FNCs and corporate social responsibility: Is serving the poor profitably, serving the poor?". Trade and Investment Symposium, London.

<http://www.devstud.org.uk/studygroups/economics/ti-symposium-06/Crabtree.ppt>

Crabtree, A. (2007). "Evaluating the bottom of the pyramid from a fundamental capabilities perspective". <http://www.cbs.dk/content/view/pub/38201>



- Cuervo, A., (2005). –Individual and environmental determinants of entrepreneurship”. *International Entrepreneurship and Management Journal* 1(3), pp. 293-311.
- Dahlberg. (2017). –The Untapped Potential of Decentralized Solutions to Provide Safe, Sustainable Drinking Water at Large Scale”. Available at [www.safewaterenterprises.com](http://www.safewaterenterprises.com)
- Dahles, H. (2013). –Return Migration as an Engine of Social Change? Reverse Diaspora’s Capital Investments at Home: a Comparative Perspective”. In S. Köngeter, & W. Smith (Eds.).
- Dahlström, Ida. (2012). –Women’s Recognition in Peace building Implementing Security Council Resolution 1325 in South Sudan”. University of Gothenberg School of Global Studies, 2012.
- Dalby, Ned. (2011). –The dark side of diamonds diamonds in the Central African Republic”. *Africa Report* no. 167, Nairobi/Brussels, 16 December 2010, 15-19; KP renews vigil against Central African Republic diamonds.
- Danish Trade Council for International Development and Cooperation. (2015). –Burundi Labour Market Profile 2015. LO/FTF Council’s Analytical Unit”. Copenhagen, Denmark.
- Danish Trade Union Development Agency. (2015). –Labour Market Profile Burundi – 2021/2022”.
- Dasgupta, P., & Hart, S. L. (2015). –Creating an innovation ecosystem for inclusive and sustainable business”. F. C. Cañeque & S. L. Hart (Eds.), *Base of the pyramid 3.0: Sustainable development through innovation and entrepreneurship*. Sheffield: Greenleaf Publishing Limited.
- David S. and O. Ulrich, S. Zelezek, and N. Majoe. (2012). –Managing Informality: Local government practices and approaches towards the informal economy – Learning examples from five African countries”. Pretoria: South Africa Local Government Association. <http://ledna.org/documents/managing-informality-local-government-practices-and-approaches-towards-informal-economy>
- Davidson, K. (2009). –Ethical concerns at the bottom of the pyramid: Where CSR meets BoP”. *Journal of International Business Ethics*, 2(1), 22–32.
- Dawson, C., D. De Meza, A. Henley & G.R. Arabsheibani. (2014). Entrepreneurship: Cause and consequence of financial optimism. *Journal of Economics & Management Strategy*, 23(4), 717-742.
- De Andrade, G. H., M. Bruhn, and D. McKenzie. (2013). –A Helping Hand or the Long Arm of the Law? Experimental Evidence on What Governments Can Do to Formalize Firms”. Policy Research Working Paper 6435, World Bank, Washington, DC.

- De Carlo, J. and Lyons, P. (1979). –A comparison of selected personal characteristics of minority and non-minority female entrepreneurs”. *Journal of Small Business Management*, 17(4), 22-29.
- De Giorgi, G., M. Ploenzke, and A. Rahman. (2018). –Small Firm’s Formalisation: Re Stick Treatment”. *7e Journal of Development Studies* 54 (6): 983-1001.
- Dembek, K., Sivasubramaniam, N., and Chmielewski, D. A. (2019). –A Systematic Review of the Bottom/Base of the Pyramid Literature: Cumulative Evidence and Future Directions”. *Journal of Business Ethics*, 1-18.
- De Mel, S. D McKenzie and C. Woodruff. (2013). –The Demand for, and Consequences of, Formalization among Informal Firms in Sri Lanka”. *American Economic Journal* 5(2): 122-50.
- Demirgüç-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D., Ansar, S. and Hess, J. (2020). –The Global Findex Database 2017: Measuring Financial Inclusion and Opportunities to Expand Access to and Use of Financial Services”. *The World Bank Economic Review*, Volume 34, Issue Supplement\_1, February 2020, Pages S2–S8, <https://doi.org/10.1093/wber/lhz013>
- Demirgüç-Kunt, Asli, Leora Klapper and Dorothe Singer. (2013). –Financial Inclusion and Legal Discrimination against Women: Evidence from Developing Countries.” *Policy Research Working Paper 6416*, World Bank, Washington, DC.
- De Pleijt, A., Van Zanden, J.L. and Carmichael, S.G. (2019). Gender relations and economic development: Hypotheses about the reversal of fortune in Eurasia. In: C. Diebolt, S. Carmichael, S. Dilli, A. Rijpma and C. Störmer (eds), *Cliometrics of the Family (Studies in Economic History)*. Cham: Springer, pp. 149–72.
- De Soto, Hernando. (2000). –The Mystery of Capital: Why Capitalism Triumphs in the West and Fails Everywhere Else”. New York: Basic Books.
- De Waal, Alex. (2014). –When Kleptocracy Becomes Insolvent: Brute Causes of the Civil War in South Sudan”. *African Affairs* 113 (452):347-369.
- Dhingra, C. (2011). –Measuring Public Transport Performances: Lessons for Developing Cities”. *Sustainable Urban Transport Technical Report #9*. Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ), Germany.
- Digman, J.M. (1990). Personality structure: Emergence of the five-factor model. *Annual Review of Psychology*, 41(1), 417-440.
- Diomande, Mamadou. (1990). –Business Creation with Minimal Resources: Some Lessons from the African Experience”. *Journal of Business Venturing* 5: 191-200.

- Donath R. Olomi. (2001). –Evolution of entrepreneurial motivation: the transition from economic necessity to entrepreneurship”. 2001. *Journal Business Management Review*. 90-136. doi: 10.10520/AJA08562253\_74.  
[https://journals.co.za/doi/abs/10.10520/AJA08562253\\_74](https://journals.co.za/doi/abs/10.10520/AJA08562253_74)
- Dreher, A. and F. Schneider. (2010). –Corruption and the Shadow Economy: An Empirical Analysis”. *Public Choice* 144 (1): 215-38
- Drucker, P. (1985). –Innovation and entrepreneurship: practice and principles”. New York: Harper and Row.
- Duany, Julia A. and Duany, Wal. (2001). –War and Women in the Sudan: Role Change and Adjustment to New Responsibilities”. *Northeast African Studies* 8.2 (2001): 63-82.
- Duflo, Esther. (2012). –Women Empowerment and Economic Development *Journal of Economic Literature* 2012, 50(4), 1051–1079. <http://dx.doi.org/10.1257/jel.50.4.1051>
- Dunia, Prudence and Bukuru, Lydia. (2015). –Burundi Evaluation of the informal economy through a household survey (ECVMB-2014)”. Republic of Burundi. Bujumbura.
- Dushime, Eunice & Muathe, Stephen & Kavindah, Lucy. (2022). –New paradigms on performance of SMEs: The reflection on entrepreneurial innovation in Burundi”. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147- 4478). 11. 24-32. 10.20525/ijrbs.v11i1.1581.
- Dvouletý, O. and Orel, M. (2020). –What drives Female Entrepreneurship in African developing countries?”. In Dobson, S., Jones, P., Agyapong, D., Maas, G. (Eds.) *Enterprising Africa*. Routledge.
- ECVMB. (2014). –Enquête sur les conditions de vie des ménages 2013”. Institut de statistiques et d'études économiques du Burundi. Ministère de finances et de la planification du développement économique. <https://catalog.ihsn.org/catalog/6495/study-description>
- Egbo, Obiamaka and Onwumere, J. (2009). –Women and Entrepreneurship Development in Africa”. *African Journal of Entrepreneurship* Vol. 2, No. 1. April 2009.
- Eicher, C. K., and C. Liedholm, eds. (1970). –Growth and Development of the African Economy”. East Lansing: Michigan State University Press.
- Elgin, C., and O. Öztunali. (2012). –Shadow Economies around the World: Model Based Estimates”. Working Papers 2012/05, Bogazici University, Istanbul, Turkey.
- Elkan, Walter. (1988). –Entrepreneurs and Entrepreneurship in Africa”. *Finance and Development* 25 (20): 41-42.

Ellis, A. (2007). –Gender and Economic Growth in Kenya: Unleashing the Power of Women”. Private Sector Development/Directions in Development paper. Washington, DC: World Bank.

Ellis A., Manuel C., & Blackden C. M. (2006). –Gender and economic growth in Uganda: Unleashing the power of women”. Washington DC: The World Bank.

Envick, B. R. and M. Langford. (2000). –The five-factor model of personality: Assessing entrepreneurs and managers”. *Academy of Entrepreneurship Journal*. 6(1): 6–17.

Ernest Mwasalwiba, Heidi Dahles and Ingrid Wakkee. (2012). –Graduate Entrepreneurship in Tanzania: Contextual Enablers and Hindrances”. *European Journal of Scientific Research*., Vol.76 No.3 (2012), pp.386-402. EuroJournals Publishing, Inc. 2012.

<http://www.europeanjournalofscientificresearch.com>

Esaku, Stephen. (2021). –Is informality a barrier to economic growth in Uganda?”. *Empirical analysis. Development Studies Research* 8:1, pages 109-121.

Esaku Stephen, Tajani Francesco. (2021). –Does the shadow economy increase income inequality in the short- and long-run?”. *Empirical evidence from Uganda. Cogent Economics & Finance* 9:1.

Evans, David K, Maryam Akmal, and Pamela Jakiela. (2019). –Gender Gaps in Education: The Long View.” CGD Working Paper 523. Washington, DC: Center for Global Development.

<https://www.cgdev.org/publication/gender-gaps-education-long-view>

Fajnzylber, P., W. Maloney, and G. Montes-Rojas. (2011). –Does Formality Improve Micro-Firm Performance?”. *Evidence from the Brazilian SIMPLES Program. Journal of Development Economics* 94 (2): 262-76.

Family Code of 1997 (Law No. 97.013), Central African Republic.

<http://jafbase.fr/docAfrique/Centrafrrique/code%20de%20la%20famille.pdf>

FAO, IFAD, UNICEF, WFP and WHO. (2020). –The State of Food Security and Nutrition in the World 2020”.

FAO. (2020). –South Sudan country brief”.

<http://www.fao.org/south-sudan/fao-in-south-sudan/south-sudan-at-a-glance/en/>

FAO. (2020). –Uganda country brief”.

<http://www.fao.org/giews/countrybrief/country.jsp?code=UGA>

- Farazi, S. (2014). –Informal Firms and Financial Inclusion: Status and Determinants”. Policy Research Working Paper 6778, World Bank, Washington, DC.
- Fernández, Raquel, Asel Isakova, Francesco Luna, and Barbara Rambousek. (2021). –Gender Equality and Inclusive Growth”. IMF Working Paper. Institute for Capacity Development. March 2021.
- Fisk, R.P., Anderson, L., Bowen, D.E., Gruber, T., Ostrom, A., Patricio, L., Reynoso, J., and Sebastiani, R. (2016). –Billions of impoverished people deserve to be better served: A call to action for the service research community”. *Journal of Service Management*, 27(1), 43-55.
- Fox, L. and T. P. Sohnesen. (2012). –Household enterprises in Sub-Saharan Africa: Why they matter for growth, jobs, and livelihoods”. World Bank Policy Research Working Paper 6184, Washington, DC: World Bank.
- Fox, Louise M., and Melissa Sekkel Gaal. (2008). –Working Out of Poverty: Job Creation and the Quality of Growth in Africa”. Washington, DC: World Bank.
- Frese, M. and Gielnik, M. M. (2014). –The psychology of entrepreneurship”. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 1(1), 413– 438. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych031413-091326>
- Frese, M. (2009). –Towards a psychology of entrepreneurship: An action theory perspective”. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 5, 437-496.
- Frost, J., L. Gambacorta and H. S. Shin. (2020). –From Financial Innovation to Inclusion”. *Finance & Development* (March).
- Galina, V. & H.A. Hopenhayn. (2009). Risk taking by entrepreneurs. *American Economic Review*, 99(5),1808-1830
- Garang, James A. (2013). –The Question of Big Government, and Financial Viability: The Case of South Sudan”. Sudd Institute Policy Briefs. Juba.
- Gardetti, M. A. (2006). –A base-of-the-pyramid approach in Argentina: Preliminary findings for a BOP Lab”. *Greener Management International*, 51(Autumn), 65–77.
- Gartner, W. B. (1988). –Who is an entrepreneur? Is the wrong question?”. *American Journal of Small Business*. 12(4): 11–32.
- Gartner, W. B. (2016). *Entrepreneurship as Organizing*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Gartner, W.B. (1985). –A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation”. *Academy of Management Review*, 10.

Gatto A. and Carlo Drago. (2021). –When renewable energy, empowerment, and entrepreneurship connect: Measuring energy policy effectiveness in 230 countries”. *Energy Research & Social Science*, Volume 78, 2021, 101977. ISSN 2214-6296.

<https://doi.org/10.1016/j.erss.2021.101977>

Gebauer, H., Haldimann, M. and Saul, C. J. (2017). –Business model innovations for overcoming barriers in the base-of-the-pyramid market”. *Industry and Innovation*, 24(5), 543–568.

Gerguri-Rashiti, S., Ramadani, V., Abazi-Alili, H., Dana, L. P. and Ratten, V. (2017). –ICT, innovation and firm performance: The transition economies context”. *Thunderbird International Business Review*, 59(1), 93–102.

Girukwishaka, G. (2017). –Constraint’s analysis of start-up business in Burundi”. *Universities, Entrepreneurship and Enterprise Development in Africa*, 5, p. 105-117. <https://doi.org/10.18418/978-3-96043-042>

Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2017). –Global entrepreneurship report”. USASBE, United States.

Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2015). –Global entrepreneurship report”. USASBE, United States.

Goedhuys, M., and Sleuwaegen, L. (2000). –Entrepreneurship and growth of entrepreneurial firms in Côte d’Ivoire, *Journal of Development Studies*”. 36 (3), pp. 123 -142.

Goldberg, L.R. (1990). An alternative "description of personality": The Big-Five factor structure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 1216-1229.

Goldsmith, R. E. and G. R. Foxall. (2003). –The measurement of innovativeness”. In: *The International Handbook of Innovation*. Ed. By L. V. Shavinina. Oxford, UK: Elsevier Science. 321–328.

Government of Republic of South Sudan. (2012). MGCosW. ”Comprehensive Country Gender Assessment”. Multi Donor Trust Fund & (MDTF & GRSS), 2012.

Government of Uganda. Ministry of Finance, Planning and Economic Development. (2018). –National Strategy for Private Sector Development 2017/18-2021/22”. Kampala: MFPED.

Government of Uganda. Ministry of Planning and Economic Development. (2018). –National Manpower survey: Manpower and Employment situation in Uganda 2016-17”. Kampala: MPED.

- Government of Uganda. Ministry of Trade, Industry and Cooperatives (MTIC). (2015). –Uganda Micro, Small and Medium Enterprise (MSME) Policy”. Kampala: MTIC. June 2015.
- Grant, Richard and Daniel Thompson. (2013). –The Development Complex, Rural Economy and Urban-Spatial and Economic Development in Juba, South Sudan”. *Local Economy* 28 (2) (January 17): 218–230.
- Gray, Kenneth, William Cooley, Jesse Lutabingwa, Bertha Mutai-Haumenyi and L. Oyugi. (1996). –Entrepreneurship in Micro-Enterprises”. Lanham, Md.: University Press of America.
- Gray, Richard. (1961). –A History of Southern Sudan (1839-1889)”. London: Oxford University Press.
- Gradstein, Luskin H., Arsanai Gede Putra, Ul Haq, Imtiaz, Achew, Mengistu Bessir, Shaikh, Sarmad Ahmed, Zottel, Siegfried and Khalil, Uzma. (2021). –Lessons from Implementing a National Financial Inclusion Strategy : Financial Inclusion Support Framework”. Washington, D.C.: World Bank Group.  
<http://documents.worldbank.org/curated/en/743511629195095174/Lessons-from-Implementing-a-National-Financial-Inclusion-Strategy>
- Greenfield, Sidney and Arnold Stickon, eds. (1986). –Introduction. In *Entrepreneurship and Social Change*”. Lanham, Md.: Univeristy Press of America.
- Grosh, Barbara and Gloria Somolekae. (1996). –Mighty Oaks from Little Acorns: Can microentreprise serve as the seedbed of Industrialization?”. *World Development* 24.
- Grosh, Barbara and Rwekaza Mukandala, eds. (1994). –State-owned Enterprises in Africa”. Boulder, Colo.: Lynne Rienna Publishers.
- Guloba, M., Ssewanyana, S., & Birabwa, E. (2017). –Rural women entrepreneurship in Uganda: A Synthesis report on policies, evidence, and stakeholders”. No. 677-2017-1124.
- Guma, Prince Karakire. (2015). –Business in the urban informal economy: barriers to women’s entrepreneurship in Uganda”. *Journal of African Business*.  
10.1080/15228916.2015.1081025
- Haddad, Lawrence, John Hoddinott and Harold Alderman, eds. (1997). –Intrahousehold Resource Allocation in Developing Countries: Models, Methods, and Policy”. Baltimore MD: Johns Hopkins University Press.
- Halkias, D., Nwajiuba, C., Harkiolakis, N. and Caracatsanis S. M. (2011). –Challenges facing women entrepreneurs in Nigeria”. *Management Research Review*, 34(2), 221–235.
- Hall, R. E. and S. E. Woodward. (2010). –The burden of non-diversifiable risk on entrepreneurship”. *American Economic Review*. 100(3): 1163–1194.

- Halme, M., Kourula, A., Lindeman, S., Kallio, G., Lima Toivanen, M. and Korsunova, A. (2016). –Sustainability innovation at the base of the pyramid through multi-sited rapid ethnography”. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 23, 113–128.
- Halperin, Rhoda and Sara Sturdevant. (1990). –A Cross-Cultural Treatment of the Informal Economy”. In *perspectives on the Informal Economy*, edited by M. Estellie Smith. Lanham, Md.: University Press of America, 321-39.
- Hart, Stuart L. (2005). –Capitalism at the Crossroads: Next Generation Business Strategies for a Post-Crisis World”. FT Press.
- Hart, S.L. and Sharma, S. (2004). –Engaging fringe stakeholders for competitive imagination”. *Academy of Management Executive*, 18(1).
- Hart, Keith. (1973). –Informal Income Opportunities and Urban Employment in Ghana”. *Journal of Modern African Studies* 11.
- Hassan, A.M. (1976). –An Introduction to the Sudan Economy”. Khartoum. Publisher, Khartoum University Press, 1976.
- Haushofer, Johannes and Ernst Fehr. (2014). –On the Psychology of Poverty”. *Science*, 344 (6186), 862-867.
- Hayes, Karen. (2008). –Artisanal & small-scale mining and livelihoods in Africa”. Amsterdam, Common Fund for Commodities, 2008.
- Hazlewood, A. (1979). –The Economy of Kenya: The Kenyatta Era”. Oxford: Oxford University Press
- Heintz, J. and I. Valodia. (2008). –Informality in Africa: A Review”. Working Paper No 3: Women in Informal Employment: Globalizing and Organizing.
- Heritage Foundation. (2018). –Central African Republic, 2011 index of economic freedom”. Washington DC, 2018.
- Herron, L. (1994). –Do skills predict profits? A study of successful entrepreneurship”. New York: Garland Publishing.
- Hill, Polly. (1963). –The Migrant Cocoa Farmers of Ghana: Study of Rural Capitalism”. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hilhorst, Dorothea, Bram Jansen, Rens Twijnstra and Winnie Wangari Wairimu. (2014). –Aid Regimes as Co-Governors of Economic Life in Protracted Crises”. *Development and Change* 41 (6): 1117–1139.



Hirschman, Albert. (1958). –The Strategy of Economic Development”. New Haven: Yale University Press.

Hisrich, R. D. and Peters, M. P. (1992). –Entrepreneurship: Starting, developing, and managing a new enterprise”. Homewood, IL: McGraw-Hill/Irwin.

Holcombe, R. (2007). Entrepreneurship and economic progress. Routledge.

Hornaday, J. and Aboud, J. (1971). –Characteristics of successful entrepreneurs”. Personnel Psychology, 24, 141-153.

Hornaday, J. and Bunker, C. (1970). –The nature of the entrepreneur”. Personnel Psychology, 23, 47-54

Howell R., Kinsuk Mani Sinha, Natascha Wagner, Neelke Doorn and Cees van Beers. (2019). –Consumption of Bottled Water at the Bottom of the Pyramid: Who Purchases First?”. SAGE Journals. Volume: 40 issue: 1, page(s): 31-50. Published August 20, 2019.

<https://www.economist.com/news/economic-and-financialindicators/21564857>

<https://www.euromonitor.com/article/three-largest-bop-markets-africa>

<http://hispanushistoria.blogspot.com/2014/08/discurso-radiado-el-hombre-olvidado-de.html>

<http://icp.worldbank.org/>

<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0276146719866890>

Huang, C. (2016). –An Empirical Study on the Relationship between Entrepreneurial Personality Traits”. Entrepreneurial Alertness and Entrepreneurial Opportunity Identification, Anhui University of Finance and Economics, Bengbu.

Hudnut, P. (2008). –Technology and marketing in base-of-the-pyramid markets”. Academy of Marketing Science Conference, Vancouver, May 29.

Hyden, G. and B. Karlstrom. (1993). –Structural adjustment as a policy process: The case of Tanzania”. World Development 21(9).

Ibru, C. (2009). –Growing micro-finance through new technologies”. Federal University of Technology, Akure, Nigeria.

Ilesanmi Oluwatoyin Olatundun. (2018). –Women's Visibility in Decision Making Processes in Africa—Progress, Challenges, and Way Forward”. Frontiers in Sociology, Volume 3, 2018. ISSN2297-7775. <https://www.frontiersin.org/article/10.3389/fsoc.2018.00038>

International Crisis Group. (2015). –Central African Republic: The Roots of Violence”. Africa Report N°230. [www.crisisgroup.org/africa/central-africa/central-african-republic/central-african-republic-rootsviolence](http://www.crisisgroup.org/africa/central-africa/central-african-republic/central-african-republic-rootsviolence)

International Crisis Group. (2010). –Dangerous little stones: diamonds in the Central African Republic”. Africa Report no. 167, Nairobi/93Brussels, 16 December 2010.

Inter-American Development Bank (IDB). (2006). –Building Opportunity for the Majority”. Washington, DC: IDB.

International Finance Corporation (IFC). (2003). –Sub-Saharan Africa: Seeking Sustainable Economic Growth”. Washington, D.C.

International Labour Office (ILO). (2018a). –Women and men in the informal economy: a statistical picture”. ISBN 978-92-2-131581-0. International Labor Office – Geneva: ILO, 2018.

[https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/dgreports/dcomm/documents/publication/wcms\\_626831.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/dgreports/dcomm/documents/publication/wcms_626831.pdf)

International Labor Organization (ILO). (2018b). –Informality and non-standard forms of employment”. Background paper prepared for the G20 Employment Working Group meeting, Buenos Aires, 20-22 February 2018

International Labour Organization (ILO). (2017). –The Assessment Guide for the Integrated Framework: An AfDB/ILO Integrated Framework Assessment Guide”. Geneva: International Labour Organization.

International Labor Organization (ILO). (2014). –Report IV: Small and medium-sized enterprises and decent and productive employment creation”. Report for International Labour Conference, 104th Session. Geneva: International Labour Organization.

International Labor Organization (ILO). (2013). –Transitioning from the informal to the formal economy”. International Labour Conference 103rd Session. Report V (1). Geneva: International Labor Organization.

International Labor Organization (ILO). (2009). –La igualdad de género como eje del trabajo decente”. Conferencia Internacional del Trabajo, 98.a reunión, 2009. Ginebra.

International Labor Organization (ILO). (2008). –Women, gender and the informal economy: An assessment of ILO research and suggested ways forward”. SylviaChant, Carolyn Pedwell; International Labour Office. – Geneva: ILO, 2008.

International Labor Organization (ILO). (2008b). –Skills for improved productivity, employment growth and development”. Report V, International Labour Conference, 97th Session (Geneva)

International Labor Organization (ILO). (2007). –The Informal Economy: Enabling Transition to Formalization”. Geneva, 2007.

International Labor Organization (ILO). (2005). –Support for Growth-oriented Women Entrepreneurs in Uganda”. By Lois Stevenson and Annette St-Onge. Programme on Boosting Employment through Small Enterprise Development Job Creation and Enterprise Department International Labour Office • Geneva and Private Sector Department (OPSD) African Development Bank (AfDB) • Tunis.

International Labor Organization (ILO). (2003). –Directrices sobre una definición estadística de empleo informal”. Decimoséptima Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo. Ginebra.

International Labor Organization (ILO). (2003b). –Tanzanian women entrepreneurs: going for growth”. Geneva: International Labour Office.

International Labor Organization (ILO). (2002). –El trabajo decente y la economía informal”. Conferencia Internacional del Trabajo 90.a reunión 2002, Informe VI.

International Labour Organization (ILO). (2002b). –Decent Work and the Informal Economy”. Report VI, ILO, Geneva.

International Labour Organization (ILO). (2000). –ILO Activities Concerning the Informal Sector: Thematic Evaluation”. GB.277/ESP/1/1.

<http://www.ilo.org/public/english/standards/relm/gb/docs/gb277/pdf/esp-1-1.pdf>

International Monetary Fund (IMF). (2021). –Gender Equality and Inclusive Growth”. Prepared by Raquel Fernández, Asel Isakova, Francesco Luna, and Barbara Rambousek. Institute for Capacity Development. IMF working paper. WP/21/59.

International Monetary Fund (IMF). (2012). –Burundi: Poverty Reduction Strategy Paper II”. IMF Country Report No. 12/224, 2012.

Jagero, I. N. and Kushoka, K. (2011). –Challenges facing women micro entrepreneurs in Dar es Salaam, Tanzania”. International Journal of Human Resource Studies, 1(2), 1–9.

Jenkins, Susan. (1981). –Aspects of the informal economic sector of Juba southern Sudan”. Durham theses, Durham University.

John, O. P., L. P. Naumann and C. J. Soto. (2008). –Paradigm shift to the integrative big five trait taxonomy: history, measurement, and conceptual issues”. In: Handbook of Personality: Theory and Research. Ed. by O. P. John, R. W. Robins, and L. A. Pervin. New York: Guilford Press. 114–158.

Jones, C. and A. Spicer (2009). Unmasking the Entrepreneur. Cheltenham: Edward Elgar.

Jose, P. D. (2006). –Rethinking the BoP: A critical examination of current BoP models”.

[http://www.brass.cf.ac.uk/events/Previous\\_BRASS\\_EventsRethinking\\_the\\_BoP\\_New\\_Models\\_For\\_New\\_Economies.html](http://www.brass.cf.ac.uk/events/Previous_BRASS_EventsRethinking_the_BoP_New_Models_For_New_Economies.html)

JUDAI & Associates. (2002). –Jobs, Gender and Small Enterprises in Africa: Women Entrepreneurs in Zambia”. A Preliminary Report. Geneva: IFP/SEED-WEDGE

Juma, Calestous, Cleophas Torori and C. Kirima. (1993). –The adaptive Economy: Economic Crisis and Technology Innovation”. Nairobi: African Centre for Technology Studies Press.

Jung, C. (1971). –Psychological types”. H.G. Baynes, Trans., revised by R.F.C. Hull. Princeton, NJ: Princeton University Press (Original work published in 1921).

Kabann I. B. Kabanankye, Adrine E.K. Kanbanankye, J. Krishnamurty, Daisy Owomugasho. (2004). –Economic growth, employment, poverty and pro-poor policies in Uganda”. International Labour Office, Recovery and Reconstruction Department.

Kabura, Antoine. (2006). –Explaining Entrepreneurship in underdeveloped countries of The Great Lakes region of Africa: what are the factors that favor or hinder entrepreneurship? Evidence from Burundi”. Erasmus University Rotterdam. Rotterdam School of Economics.

Kahyarara, Godius and Francis Teal. (2006). –To Train or to Educate? : Evidence from Tanzania”. Global Poverty Research Group Working Paper Series 051, Oxford, U.K.

Kallon, Kelfala. (1990). –The Economics of Sierra Leonean Entrepreneurship”. Lanham, Md.: University Press of America.

Kariuki, Mukami and Jordan Schwartz. (2005). –Small-Scale Private Service Providers of Water Supply and Electricity”. Policy Research Working Paper 3727, World Bank, Washington, DC.

Karlan, D., & Linden, L. L. (2014). Loose knots: Strong versus weak commitments to save for education in Uganda (No. w19863). National Bureau of Economic Research.

Karnani, A. (2009). –Romanticizing the poor harms the poor”. *Journal of International Development*, 21(1), 76–86.

Karnani, A. (2007). –The Mirage of Marketing to the Bottom of the Pyramid: How the Private Sector Can Help Alleviate Poverty”. *California Management Review*, Vol. 49, No. 4.

Karnani, A. (2007b). –Misfortune at the bottom of the pyramid”. *Greener Management International*, 51: 99-110.

Karnani, A. (2007c). –Microfinance Misses its Mark”. *Stanford Social Innovation Review*, 34-40.

Karnani, A. (2007d). –Fortune at the Bottom of the Pyramid: A Mirage”. California Management Review.

Karnani, A. (2006). –Misfortune at the bottom of the pyramid”. Greener Management International, 51(June), 99–110

Kasungu, H. (1990). –Situational Analysis of Women in Employment”. Paper Presented at the Day of Action on Health Hazards on Working Women, TAMWA, 1st July 1990.

Katapa, R. (1999). –Gender patterns in employment in the informal sector: analysis of the National Informal Sector Survey of 1991 and Dar es Salaam Informal Sector Survey of 1995”. Gender patterns in micro and small enterprises of Tanzania, edited by M Mbilinyi. Rome: AIDOS.

Katzin, Margaret. (1964). –The Role of Small Entrepreneur”. In Economic Transition in Africa, edited by M. Herskovitz and M. Harwitz Evanston. Northwestern University Press.

Kauzya, John-Mary. (2019). –Political decentralization in Africa: Experiences of Uanda, Rwanda and South Africa.” UNPAN. December 1, 2007.

<http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/un/unpan028411.pdf>

Kaygusuz, K. (2012). –Energy for sustainable development: A case of developing countries”. Renewable and Sustainable Energy Reviews, Volume 16, Issue 2, 2012, Pages 1116-1126. ISSN 1364-0321. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2011.11.013>

Keller, B. (1996). –Uganda country gender profile”. Stockholm: SIDA; Department for East and West Africa and the Department for Policy and Legal Issues.

Kennedy, Paul. (1980). –Ghanaian Businessmen”. Page 2. London: Weltforum Verlag.

Kerr, W. R., Pekkala S.K. and Xu Tina. (2017). –Personality Traits of Entrepreneurs: A Review of Recent Literature”. NBER Working Papers 24097, National Bureau of Economic Research, Inc.

Kerr S.P. & W.R. Kerr. (2016). –Immigrant entrepreneurship”. In J. Haltiwanger, E. Hurst, J. Miranda & A. Schoar (Eds.) Measuring Entrepreneurial Businesses: Current Knowledge and Challenges. University of Chicago Press, Chicago, IL.

Kessler, A., C. Korunka, H. Frank and M. Lueger. (2012). –Predicting founding success and new venture survival: A longitudinal nascent entrepreneurship approach”. Journal of Enterprising Culture. 20(01): 25–55.

Kihlstrom, R. and J. J. Laffont. (1979). –A general equilibrium entrepreneurial theory of firm formation based on risk aversion”. Journal of Political Economy. 87: 719–748.

- Kikooma, J. F. (2012). –Gender and entrepreneurship in Uganda: Women maneuvering economic space”. In T. Burger-Helmchen (Ed.), *Entrepreneurship: Gender, Geographies and Social Context*. INTECH Open Access Publication.
- Kilby, P. (1965). –African Enterprise: The Nigerian Bread Industry”. Stanford, Calif. Stanford University Press.
- Kimambo, I.N. (1969). –The Interior Before 1800”. *History of Tanzania*, edited by Kimambo & AJ Temu. Nairobi: East African Publishing House.
- Kirkpatrick, C. and Lawson, D. (2004). –Uganda regulatory cost survey report”. Centre on Regulation and Competition. UK: University of Manchester.
- Kleinfeld, P. (2017). –Central African Republic: What’s gone wrong?”. IRIN. Available: <https://www.irinnews.org/analysis/2017/02/24/central-african-republic-what%E2%80%99s-gone-wrong>
- Klugman, J. and Twigg, S. (2015). –Gender at Work in Africa: Legal Constraints and Opportunities for Reform”. Working Paper N° 3, Oxford Human Rights Hub.
- Knight, F. (1921). –Risk, Uncertainty, and Profit”. Boston, MA: Houghton Mifflin Co.
- Knoope, Peter and Buchanan-Clarke, Stephen. (2017). –Central African republic: A Conflict Misunderstood”. IJR, Occasional Paper 22. ISBN number 978-1-920219-76-5.
- Koda, B. (1997). –A gender perspective of entrepreneurship development in Tanzania”. *Gender and agrarian change in Tanzania* edited by S Ngware, R Ordgaard, and R Shayo & F Wilson. Dar-es-Salaam: Dar es Salaam University Press (1996) Ltd.
- Kourilsky, M. (1980). –Predictors of entrepreneurship in a simulated Economy”. *Journal of Creative Behavior*, 14(3).
- Kuehnast, Kathleen R. De, Jonge Oudraat Chantal, Hernes and Helga Maria. (2011). –Women and War: Power and Protection in the 21st Century”. 2011. Washington, D.C.: United States Institute of Peace.
- Kumar, Ajay. (2011). –Understanding the Emerging Role of Motorcycles in African Cities: A Political Economy Perspective”. Sub-Saharan Africa Transport Policy Program (SSATP) discussion paper; no. 13. World Bank, Washington, DC. © World Bank. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/17804>
- Kweka, Josaphat and Louise Fox. (2011). –The Household Sector in Tanzania: Why It Matters and Who Cares.” Policy Research Working Paper 5882, World Bank, Washington, DC.

- Kyalo, T.N. and Kiganane, L. M. (2014). –Challenges facing women entrepreneurs in Africa: a case of Kenyan women entrepreneurs”. *International Journal of Advances in Management, Economics and Entrepreneurship*. Vol 1 No 2, pp 1-8.
- Lacalle-Calderon, M., Chasco, C.; Alfonso-Gil J.; Neira, I. (2015): –A comparative analysis of the effect of aid and microfinance on growth”, *Canadian Journal of Development Studies*, 36(1):72-88.
- Landa, Janet. (1991). –Culture and Entrepreneurship in Less-Developed Countries”. *The Culture of Entrepreneurship*, edited by Brigitte Berger. San Francisco: Institute for Contemporary Studies Press.
- Landrum, NE. (2007). –Advancing the Base of the Pyramid Debate”. *Strategic Management Review*, Vol. 1, No.1
- Lashitew, A., Bals, L. and R. van Tulder. (2018). –Inclusive business at the base of the pyramid: the role of embeddedness for enabling social innovations”. *J Bus Ethics* (2018), pp. 1-28.
- Lee, C., Ashford, S. J. and Jamieson, L. F. (1993). –The effects of type A behavior dimensions and optimism on coping strategy, health, and performance”. *Journal of Organizational Behavior*, 14.
- Lemmon, G. T. (2014). –Fragile States, Fragile Lives: Child Marriage amid Disaster and Conflict”. Working Paper, Council on Foreign Relations, New York.
- Lent, R. W. and G. Hackett. (1987). –Self-efficacy: Empirical status and future directions”. *Journal of Vocational Behavior*. 30: 347–382.
- LeRiche, Matthew and Arnold, Matthew. (2012). –South Sudan: From Revolution to Independence”. London: C. Hurst & Co.
- Levine, R. and Y. Rubenstein. (2017). –Smart and illicit. Who becomes an entrepreneur and do they earn more?”. *Quarterly Journal of Economics*. 132(2): 963–1018.
- Lewis, D.J. (1998). –Partnership as process: building an institutional ethnography of an interagency aquaculture project in Bangladesh”. Moose, D., Farrington, J. and Rew, A. (eds). *Development as process: concepts and methods for working with complexity*. London: Routledge.
- Liang, J., H. Wang & E.P. Lazear. (2014). –Demographics and Entrepreneurship”. NBER Working Paper 20506.
- Liles, P. R. (1974). –New business venture and the entrepreneur”. Homewood, Ill.: Irwin.

- Linden, Josje Van Der, Marit Blaak and Florence Aate Andrew. (2013). –The Contribution of the Diaspora to the Reconstruction of Education in South Sudan: The Challenge of Being Involved from a Distance”. *Compare: A Journal of Comparative and International Education* 43 (5) (September): 646–666.
- Lombard, L. (2014) –A Brief Political History of the Central African Republic.” Hot Spots, Cultural Anthropology website, June 11, 2014. <https://culanth.org/fieldsights/539-a-brief-political-history-of-the-central-african-republic>
- London, T. (2016). –The Base of the Pyramid Promise: Building Businesses with Impact and Scale”. Redwood City: Stanford University Press, 2016. <https://doi.org/10.1515/9780804797337>
- London, T. (2009). –Making Better Investments at the Base of the Pyramid”. *Harvard Business Review*, 87(5), 106-113.
- London, T. (2008). –The base-of-the-pyramid perspective: A new approach to poverty alleviation”. In G.T. Solomon (Ed.), *Academy of Management Best Paper Proceedings*.
- London, T. y S.L. Hart. (2004). –Reinventing Strategies for Emerging Markets: beyond the transnational model”. *Journal of International Business Studies* 35 (2004): 350-370.
- López Puga, Jorge., & García García, Juan. (2011), "OPTIMISMO, PESIMISMO Y REALISMO DISPOSICIONAL EN EMPRENDEDORES POTENCIALES DE BASE TECNOLÓGICA." *Psicothema*, Vol. 23, núm.4, pp.611-616. ISSN: 0214-9915. Disponible en <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72722232013>
- Lugalla, Joe L. P. (1997). –Development, Change, and Poverty in the Informal Sector during the Era of Structural Adjustments in Tanzania”. *Canadian Journal of African Studies / Revue Canadienne des Études Africaines*. Vol. 31, No. 3, pp. 424-451
- Luszczynska, A., U. Scholz and R. Schwarzer. (2005). –The general self-efficacy scale: Multicultural validation studies”. *The Journal of Psychology*. 139(5): 439–457.
- Lutz, D. W. (2009). –African Ubuntu philosophy and global management”. *Journal of Business Ethics*, 84(3), 313–328.
- McCraw, T. K. (2007). *Prophet of Innovation. Joseph Schumpeter and Creative Destruction*. Cambridge, MA: Belknap.
- Madichie N. O., Ayantunji Gbadamosi and Pantaleo Rwelamila. (2021). –Entrepreneurship and the Informal Sector: Challenges and Opportunities for African Business Development”. *Journal of African Business* 22:4, pages 441-447.



- Madina Guloba, Sarah Ssewanyana and Elizabeth Birabwa. (2017). –Rural women entrepreneurship in Uganda”. May 2017. Economic Policy Research Centre. Research Series 134. Kampala.
- Makulilo, Alexander B., Eugene Ntaganda, Francis A. Aywa, Margaret Sekaggya and Patrick Osodo. (2015). –Election Management Bodies in Africa”. Johannesburg: Open Society Foundation, 2015.
- Malik, Khalid. (2014). –Chapter 1: Vulnerability and human development”. Human Development Report: Sustaining Human Progress, New York: United Nations Development Programme, p. 19, ISBN 978-92-1-126368-8.
- Marcucci, P. N. (2001). –Jobs, Gender and Small Enterprises in Africa and Asia: Lessons drawn from Bangladesh, the Philippines, Tunisia and Zimbabwe”. IFP/SEED-WEDGE, Working Paper No. 18, ILO, Geneva
- Martin, Kelly D. and Ronald Paul Hill. (2015). –Saving and WellBeing at the Base of the Pyramid: Implications for Transformative Financial Services Delivery”. *Journal of Service Research*, 18 (3), 405-421.
- Martin, Ellen, and Irina Mosel. (2011). –City Limits : Urbanisation and Vulnerability in Sudan: Juba Case Study”. Humanitarian Policy Group,. London, UK: Humanitarian Policy Group, Overseas Development Institute (ODI).
- Marusic, A., W. Nielsen, T. Ghossein and S. Solf. (2020). –Re-thinking the Approach to Informal Businesses: Typologies, Evidence and Future Exploration”. *Finance, Competitiveness and Innovation in Focus*. Washington, DC: World Bank.
- Mason, K., Chakrabarti, R. and Singh, R. (2017). –Markets and marketing at the bottom of the pyramid”. *Marketing Theory*, 17(3), 261–270.
- Massawe, D. (2000). –SME Development in Tanzania”. Presented at the Workshop on Formalization of the Informal Sector held at the Sheraton Hotel, Dar es Salaam on February 19th.
- Masters, W.A., Bai, Y., Herforth, A., Sarpong, D.B., Mishili, F., Kinabo, J. and Coates, J.C. (2018). –Measuring the affordability of nutritious diets in Africa: price indexes for diet diversity and the cost of nutrient adequacy”. *American Journal of Agricultural Economics*, 100(5): 1285–1301.
- Mazlina, M. and Punitha, A.P.S. (2016). –Challenges and success factors of female entrepreneurs: evidence from a developing country”. *International Review of Management and Marketing* , Vol 6 Special Issue (S4), pp 224-231.

- Mbilinyi, M. and Shundi, F. (1999). –Context and issues, in Gender patterns in micro and small enterprises of Tanzania”, edited by M Mbilinyi. Rome AIDOS.
- Mbughuni, P. and Mwangunga, S. (1989). –The integration of women into small-scale industrial sector”. A report prepared for SIDO and SIDA, Dar es Salaam.
- McClelland, D. C. (1987). –Characteristics of successful entrepreneurs”. *Journal of Creative Behavior*, 21 (3 ).
- McClelland, D. C. (1985). –How motives, skills, and values determine what people do”. *American Psychologist*, 40(7), 812–825. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.40.7.812>
- McClelland, David and Boyatzis, Richard. (1982). –Leadership Motive Pattern and Long-Term Success in Management”. *Journal of Applied Psychology*.
- McGaffey, J. (1987). –Entrepreneurs and Parasites: the struggle for indigenous capitalism in Zaire”. New York: Cambridge University Press.
- McGrath, R. G., MacMillan, I. C. and Scheinburg, S. (1992). –Elitists, risk-takers, and rugged individualists: An exploratory analysis of cultural differences between entrepreneurs and non-entrepreneurs”. *Journal of Business Venturing*, 7(2), 115-135.
- McKenzie, D. (2009). –Gender, Entry Regulations, and Small Firm Informality: What Do the Micro Data Tell Us?”. PREM Notes Gender #142. Washington, DC: The World Bank.
- McQuaid, R.W. (2000). –The theory of partnership: why have partnerships?”. Osborne, S.P. (ed.) *Public-Private Partnerships: theory and practice in international perspective*. London: Routledge.
- Meena, R. (1992). –Introduction, in Gender in Southern Africa: conceptual and methodological issues”, edited by R Meena. Harare: SAPES Books.
- Meghir, C., R. Narita and J.-M. Robin. (2015). –Wages and Informality in Developing Countries”. *American Economic Review* 105 (4): 1509-46.
- Meghji , Zakia and Mohammed Hamdani. (1977). ”The Development of Women Wage Labour: The Case of Industries in Moshi District”. UDM. Dar es Salaam University Press.
- Mendoza, R. U. and Thelen, N. (2008). –Innovations to make markets more inclusive for the poor”. *Development Policy Review*, 26(4), 427-458.
- Mehta, S.R. and Cooper, A.C. (2000). –Optimism as a predictor of new firm performance”. *Frontiers of entrepreneurship research*. Wellesley, MA: Babson College.

Miner, J. B. and N. N. Raju. (2004). –Risk propensity differences between managers and entrepreneurs and between low- and high-growth entrepreneurs: A reply in a more conservative vein”. *Journal of Applied Psychology*. 89: 3–13.

Mirvis, P. and Googins, B. (2018). –Catalyzing social entrepreneurship in Africa: Roles for western universities, NGOs and corporations”. *Africa Journal of Management*, 4(1), 57–83. <https://doi.org/10.1080/23322373.2018.1428020>

Moga-Kpely, A-C. and Yang, Z. (2013). –Gender-Based Violence in Central African Republic”. *International Journal of Social Science and Humanity*, Vol. 3, No. 1.

<https://www.ijssh.org/papers/183-G00017.pdf>.

Montoya-Rendón, J.C; Chica-Velázquez, M.; Caballero-Lozada, M.F. (2019). –Ser empresario y emprendedor: factores humanos claves que inciden en el éxito o fracaso de pequeñas empresas de Palmira”. *Revista Criterio Libre Jurídico*, 16 (2), e-5735. DOI: 10.18041/1794-7200/clj.2019.v16n2.5753.

Morales Rodríguez, M. (2022). –Desarrollo de la intención emprendedora a través de rasgos psicológicos asociados”. *RECIE. Revista Electrónica Científica De Investigación Educativa*, 6, e1331. <https://doi.org/10.33010/recie.v6i0.1331>

Mori, N. (2014). –National Women’s Entrepreneurship Development (WED) Assessment”. Tanzania, Institute of Management and Entrepreneurship Management. WED program report.

Morrison, K. A. (1997). –How franchise job satisfaction and personality affects performance, organizational commitment, franchisor relations, and intention to remain”. *Journal of Small Business Management*, 39-63.

Mugabi, E. (2014). –Uganda National Women’s Entrepreneurship Development (WED) Assessment”. WED program report.

Mugoda Salmon, Stephen Esaku, Rose Kibuka Nakimu and Edward Bbaal. (2020). –The portrait of Uganda’s informal sector: What main obstacles do the sector face?”. *Cogent Economics & Finance* (2020), 8: 1843255 <https://doi.org/10.1080/23322039.2020.1843255>

Mukasa, S., Tanzarn, N., Kabuchu, H. and Kayonga, S. V. (2004). –Uganda: Poverty and gender assessment – strengthening linkages between poverty and gender analysis in Uganda”. Danish Cooperation.

Muller, Mette. (2008). –2nd Module Project. The Political Dynamics of the Informal Sector in Tanzania”. *International Development Studies*, Roskilde University Center.

Muller, Mette. (2005). –The political dynamics of informal sector in Tanzania”. *International Development Studies* Roskilde University Center.

<http://rudar.ruc.dk/bitstream/1800/785/1/The%20Political%20Dynamics%20of%20the%20Informal%20Sector%20in%20Tanzania.pdf>

Murugesan, R. and Jayavelu, R. (2017), –The influence of big five personality traits and self-efficacy on entrepreneurial intention: the role of gender”, *Journal of Entrepreneurship and Innovation in Emerging Economies*, Vol. 3 No. 1, pp. 41-61.

Murray, H. A. (1938). –Explorations in Personality”. Oxford, UK: Oxford University Press

Muthuri, Judy and Farhoud, Mohamed. (2020). –The Base of the Pyramid markets in Africa: Opportunities and challenges”. Doi: <http://10.4324/9780429424175-2>

Mwasalwiba, Ernest, Dahles, Heidi and Wakkee, Ingrid. (2012). –Graduate Entrepreneurship in Tanzania: Contextual Enablers and Hindrances”. *European Journal of Scientific Research*. © EuroJournals Publishing, Inc. 2012 <http://www.europeanjournalofscientificresearch.com>

National Bureau of Statistics Tanzania (NBS). (2007). –Analytical Report for Integrated Labour Force Survey (ILFS), 2006”. Dar es Salaam, Tanzania: NBS, Ministry of Planning, Economy and Empowerment, Tanzania Gender Networking Programme, Ministry of Labour, Employment and Youth Development.

National Bureau of Statistics Tanzania (NBS). (2007b). –Integrated Labour Force Survey 2006 (ILFS 2006)”. Version 1.0 of the public use datasets (August 2007), provided by the National Bureau of Statistics, Government of Tanzania, Dar es Salaam. <http://www.nbs.go.tz>.

National Bureau of Statistics Tanzania (NBS). (2002). –Integrated Labour Force Survey 2000–2001 (ILFS 2000–2001)”. Version 1.0 of the public use dataset (January 2002) provided by National Bureau of Statistics, Government of Tanzania, Dar es Salaam. <http://www.nbs.go.tz>.

Nchimbi, M. I. (2002). –Gender and Entrepreneurship in Tanzania: A Comparative Analysis of Male and Female’s Start-up Motivation, Individual Characteristics and Perceptions of Business Success”. University of Dar es Salaam.

Nchimbi, M. (2000). –A Comparison of Male and Female Personal Characteristics, Start-up Motives and Perception of Success”. Paper Presented at the International Conference on African Entrepreneurship and Small Business Development, Dar es Salaam.

Ndayiragije, Gad. (2011). –Images de la Femme au Burundi à Travers les Contes et les Épithalames”. Université d’Oslo. 2011.

Ndedi, Alain Aime. (2009). –Entrepreneurship and Wealth Creation at the African Bottom of the Pyramid”. March 30, 2009. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1799125> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1799125>

Ndikumana, Alain. (2015). –Gender Equality in Burundi: Why does Support not Extend to Women’s Right to Inherit Land?”. Afrobarometer Policy Paper No. 22, 2015.

Nganou, Jean-Pascal, Wodon, Quentin, Zoyem, Jean-Paul, Mabushi, Eric and Kebede, Ephraim. (2008). –Burundi's Growth: The Need for Long-lasting and Stable Performance”. Published in: *Breaking the Cycle: A Strategy for Conflict-sensitive Rural Growth in Burundi* (World Bank Working Paper) 147 (2008): pp. 21-34. <http://mpira.ub.unimuenchen.de/15408/1/MPRApaper15408.pdf>

Nguimkeu, P. and C. Okou. (2019). –Increasing Informal Sector Productivity”. In *7e Future of Work in Africa: Harnessing the Potential of Digital Technologies for All*, edited by J. Choi, M. A. Dutz, and Z. Usman, 121-162. Washington, DC: World Bank.

Ngungi, Grace. (2010). –Assessment of the Gender Implications of Cross-Border Trade between South Sudan and Uganda”. World Bank, Mimeo.

Niëns L.M. and W.B.F. Brouwer. (2013). –Measuring the affordability of medicines: Importance and challenges”. *Health Policy*, Volume 112, Issues 1–2, 2013, Pages 45-52. ISSN 0168-8510.

Niyonizgiye, Denise and Le Roux, Elisabeth. (2016). –Un Aperçu sur la Situation Actuelle des Violences Sexuelles au Burundi Le Rôle de l'Eglise et les oies Possibles d'une Intervention—Tearfund, 2016.

Njikam, Ousmanou and Tchouassi, Gérard. (2011). –Women in informal cross-border trade: Evidence from the Central Africa Region”. *African Journal of Business Management*, 2011.

Nkeshimana, Jean-Claude. (1999). –La promotion de l'entrepreneurs hip comme nouvelle stratégie de développement économique: Cas des PME/PMI au Burundi—. Centre Universitaire de Recherche pour le Développement Economique et Social –CURDES-. Université du Burundi.

Nkurunziza, J.D. (2016). –MSMEs Financing in Burundi and its Welfare Effect”. Working Paper N° 11 September 2016. United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), BeFin.

Nkurunziza, J.D. (2016a). –Timing and Sequencing of Post-Conflict Reconstruction and Peacebuilding in Burundi”. In Arnim, L. and Brown (eds). *Building Sustainable Peace*. Oxford, Oxford University Press, 223-242.

Nkurunziza, J.D. (2016b). –Entrepreneurship and Income Level in Developing Countries”. Chapter 4 in AfDB, UNDP and UNECA (eds.). *Proceedings of the African Economic Conference 2013, Kigali, Rwanda*.

- Nkurunziza, J D and Ngaruko, F. (2002). –Explaining Growth in Burundi: 1960-2000”. CSAE Working Paper Series, CSAE WPS/2002-03, University of Oxford.
- Nord, Roger; Sobolev, Yuri; Dunn, David; Hajdenberg, Alejandro; Hobdari, Niko; Maziad, Samar. and Roudet, Stéphane. (2009). –Tanzania: the story of an African transition”. D.C.: International Monetary Fund, 2009.
- Norwegian Refugee Council. (2015). –Consequences of Evicting Widows: Displacement and women’s housing, land and property rights in the Central African Republic”. <https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/Consequences%20Of%20Evicting%20Widows.pdf>
- Norwegian Refugee Council. (2014). –Displacement and Housing, Land and Property Rights in the Central African Republic”. [www.nrc.no/globalassets/pdf/reports/displacement-and-housing-land-andproperty-rights-in-the-central-african-republic.pdf](http://www.nrc.no/globalassets/pdf/reports/displacement-and-housing-land-andproperty-rights-in-the-central-african-republic.pdf)
- Nble r, Irmgard, Christine Hofmann and Clemens Greiner. (2009). –Understanding Informal Apprenticeship—Findings from Empirical Research in Tanzania”. Employment Working Paper 32, International Labor Organization, Geneva.
- Nyathon James Hoth Mai. (2015). –The Role of Women in Peace-Building in South Sudan”. The Sudd Institute. December 1, 2015. Juba.
- Nyerere, J.K. (1987). –Ujamaa – The basis of African Socialism”. Journal of Pan African Studies 1(1).
- Nwagu, Nkemjika & Onwuatuegwu, Ignatius. (2021). Women Entrepreneurship in Africa and Implications on Development: Obstacles and Remedies. 56-67.
- Nziku, M. D. (2016). –Strategies and policies influencing entrepreneurship start-up decisions: evidence from Tanzania”. Women’s entrepreneurship in global and local contexts, Diaz-Garcia, C., Brush, C.G., Gatewood, E.J and Welter, F. (eds).
- Obbo, Christine. (1982). –African women, their struggle for economic independence”. London, Zed Press.
- Obeng, B. A., Robson, P. and Haugh, H. (2014). –Strategic entrepreneurship and small firm growth in Ghana”. International Small Business Journal, 32(5), 501–524.
- Odulafu, J.O. (1971). –Indigeneous Enterprise in Nigerian Manufacturing”. Journal of Modern Africa Studies 9.
- Ohnsorge, Franziska and Shu Yu. (2021). –The Long Shadow of Informality: Challenges and Policies”. Advance Edition. License: Creative Commons Attribution CC BY 3.0 IGO

Okumu, R. R. (1995). –The experience of the youth in the informal sector: a case study of traders in Gulu Municipality”. Ph.D. diss., Makerere University, Kampala.

Olomi, D. R. (2001). –Incidence, Antecedents and Consequences of Growth-seeking Behaviour Among Tanzanian Owner-managers”. Dar es Salaam: Dar es Salaam University Press (2001) Ltd.

Omari, C.K. (1995). –Women in the informal sector”. University of Dar es Salaam. Physical geography of Dar es Salaam, Chapter 9. DSS, Tanzania. [http://idrc.org/minga/ev-43009-201-1-DO\\_TOPIC.html](http://idrc.org/minga/ev-43009-201-1-DO_TOPIC.html)

Omari, C.K. (1989). –Socio-Cultural Factors in Modern Family Planning in Tanzania”. New York: Melvin Press.

Oosthuizen, M., K. Lilenstein, F. Steenkamp and A. Cassim. (2016). –Informality and Inclusive Growth in Sub-Saharan Africa”. ELLA Regional Evidence Paper, ELLA Network, Lima.

Oyejide, T. Ademola. (1991). –Entrepreneurship and Growth in Sub-Saharan Africa: Evidence and Policy Implications”. In Economic Reform in Sub-Saharan Africa, edited by Ajay Chhibber and Stanley Fischer Washington, D.C.: World Bank.

Oyhus, A. O. (1999). –The importance of initial motivation for the entrepreneurial process”. Paper presented at the International Conference on Small Business and Entrepreneurship, White Sands Hotel, Dar es Salaam.

Page, J. and Soderbom, M. (2015). –Is Small Beautiful? Small Enterprise, Aid and Employment in Africa”. African Development Review, 27 (1), 44-55.

Parker, S. C. (2009). The Economics of Entrepreneurship. Cambridge: Cambridge University Press.

Parvin, L., Jinrong, J. and Rahman, M. W. (2012). –Women entrepreneurship development in Bangladesh: What are the challenges ahead?”. African Journal of Business Management, 6(11), 3862–3871.

Pedrozo, E. (2015). –Proposition of BoP 3.0 as an alternative model of business for BoP (base of pyramid) producers: Case study in Amazonia”. In M. R. Loera & A. J. Marjanski (Eds.), The challenges of management in turbulent times: Global issues from local perspective (pp. 189-203). Mexico: Universidad de Occidente.

Penal Code of 6 January 2010. Central African Republic.

[www.ilo.org/dyn/natlex/docs/SERIAL/88116/100661/F1881819351/CAF-88116.pdf](http://www.ilo.org/dyn/natlex/docs/SERIAL/88116/100661/F1881819351/CAF-88116.pdf)

President's Emergency Plan for AIDS Relief (PEPFAR). (2015). –USAID and IHPB, Integrated Health Project in Burundi”. Gender Assessment Report (PEPFAR, 2015).

- Perry, C. (1990). –After further sightings of the Heffalump”. *Journal of Managerial Psychology*. 5: 22–31.
- Pincha, Chaman. (2008). –Gender Sensitive Disaster Management: A Toolkit for Practitioners”. Oxfam America & NANBAN Trust.
- Pirson, M. (2012). –Social entrepreneurs as the paragons of shared value creation? A critical perspective”. *Social Enterprise Journal*, 8(1), 31–4.
- Pitta, D. A., Guesalaga, R. and Marshall, P. (2008). –The quest for the fortune at the bottom of the pyramid: Potential and challenges”. *Journal of Consumer Marketing*, 25(7), 393–401.
- Pomi, Shakina Sultana. (2019). –Impact of Microcredit on Rural Poverty Alleviation in the Context of Bangladesh”. *International Journal of Economics and Finance*.
- Population Services International (PSI). (2006). –Disinfecting Water, Saving Lives”. Washington, DC: PSI. <http://www.psi.org/resources/pubs/Water-sep05.pdf>.
- Prahalad, C. K. (2012). –Bottom of the pyramid as a source of breakthrough innovations”. *Journal of Product Innovation Management*, 29(1), 6-12.
- Prahalad, CK. (2004). –The Fortune at the Bottom of the Pyramid: Eradicating poverty through Profits”. Wharton School Publishing.
- Prahalad, CK. and Hart, Stuart L. (2002). –The Fortune at the Bottom of the Pyramid. Strategy + Business”. Issue 26. <http://www.strategy-business.com/article/11518?gko=9a4ba>.
- Prahalad, C.K. and S.L. Hart. (2002a). –Serving the World’s poor profitably”. *Harvard Business Review* 80 (9): 48-57.
- Pratt, C. (1999). –Julius Nyerere: Reflections on the Legacy of his socialism”. *Canadian Journal of African Studies* 33, pp. 137-152.
- Private Sector Foundation Uganda (PSFU). (2016). –Summary of Key Private Sector Proposals for Considerations for FY 2017/18 Budget”. Kampala: Private Sector Foundation Uganda.
- Purwana, D., Suhud, U. and Wibowo, A. (2018), –Big-five personality of tertiary students and entrepreneurial intention”, *Advanced Science Letters*, Vol. 24 No. 10, pp. 7180-7183.
- Rames, Victoria, Bununagi, Clémence and Niyonzima, Caritas. (2017). –USAID/Burundi Gender Analysis Report”. Prepared by Banyan Global. 2017.



Ratha, D., Supriyo, D., Ju Kim, E., Seshan, G. and Yameogo, N. D. (2019). "Migration and Remittances: Recent Developments and Outlook". Migration and Development Brief 31. World Bank Group. April 2019.

Ratten, Vanessa. (2020). "African entrepreneurship". May 2020, Small Enterprise Research 27(2). DOI: <http://10.1080/13215906.2020.1770120>

Rauch, A. and M. Frese. (2007). "Born to be an entrepreneur? Revisiting the personality approach to entrepreneurship". *The Psychology of Entrepreneurship*: 41–65.

Rauch, A. and M. Frese. (2007b). "Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success". *European Journal of Work and Organizational Psychology*. 16: 353–385.

Rauch, A. (2014). "Predictions of entrepreneurial behavior: A personality approach". In: *Handbook of Research on Small Business and Entrepreneurship*. Ed. by E. Chell and M. Karatas-Ozkan. London, UK: Edward Elgar. 165–183.

Reficco, E. and Gutierrez, R. (2016). "Organizational ambidexterity and the elusive quest for successful implementation of BoP ventures". *Organization & Environment*, 29(4), 461-485

Reficco, E. and Márquez, P. (2012). "Inclusive networks for building BOP markets". *Business and Society*, 51(3), 512–554.

République du Burundi. Dunia, Prudence and BUKURU, Lydia. (2015). "Burundi Evaluation of the informal economy through a household survey (ECVMB-2014)". Bujumbura.

République du Burundi. (2015). "Rapport National d'Evaluation de Mise en Application du Programme d'Action de Beijing (Beijing + 3)". Bujumbura: République du Burundi.

République du Burundi. (2012). "The National Agricultural Investment Plan (NAIP) 2012–2017". Bujumbura : République du Burundi, 2012.

République du Burundi. (2011). "Recensement Général de la Population et de l'Habitat 2008". Bujumbura: République du Burundi, 2011.

Republic of South Sudan. (2011). "National Bureau of Statistics, South Sudan cost-to-market report: an analysis of check-points on the major trade routes in South Sudan". Juba, National Bureau of Statistics, August 2011.

République du Burundi. (2005). "Constitution, Article 22, 129, 164. - Loi n°1/010 du 18/03/2005". Promulgation de la Constitution de la République du Burundi. République du Burundi, 2005.

République du Burundi. (2000). "LOI n° 1/013". Portant Réforme du Code de la Nationalité. Bujumbura: 2000.

Reynoso, J., Valdes A. and Cabrera, K. (2015). "Breaking new ground: base-of-pyramid service research". *The Service Industries Journal*, 35(13), 695-709.

Ricart, J.E., Enright, M.J., Ghemawat, P. Hart, S.L. and Khanna, T. (2004). "New frontiers in international strategy". *Journal of International Business Studies*, 35, 175-200.

Richardson, Pat, Howarth, Rhona and Finnegan, Gerry. (2004). "The Challenges of Growing Small Businesses: Insights from Women Entrepreneurs in Africa". International Labour Office . Geneva.

Richman, Tom. (1985). "The Entrepreneurial Mystique". Interview with Peter Drucker. <https://www.inc.com/magazine/19851001/1329.html>

Ritchie, H. and Roser, M. (2021). "Clean Water and Sanitation". Published online at OurWorldInData.org. <https://ourworldindata.org/clean-water-sanitation>

Riziq, Lula. (2011). "Sudanese Advocacy Networks in solidarity". Juba, South Sudan. South Sudan Women's Empowerment Network (SSWEN), 2011.

Robson, P., Haugh, H. and Obeng, B. (2009). "Entrepreneurship and innovation in Ghana". *Enterprising Africa. Small Business Economy*, 32, 331–350.

Romelli, Davide, Donato Masciandaro and Paola Profeta. (2017). "Gender and Monetary Policymaking: Trends, Drivers and Effects." Conference on Gender and Macroeconomics. International Monetary Fund, Washington, D.C.

Rondinelli, D.A. and London, T. (2003). "How corporations and environmental groups cooperate: Assessing cross-sector alliances and collaborations". *Academy of Management Executive*, 17, 61-76.

Rosca E., G. Möllering, A. Rijal, J.C. Bendul. (2019). "Supply chain inclusion in base of the pyramid markets: a cluster analysis and implications for global supply chains". *International Journal on Physical Distribution Logistic Management*, 49 (2019), pp. 575-598.

Rosca, J. Bendul. (2019). "Value chain integration of base of the pyramid consumers: an empirical study of drivers and performance outcomes". *International Business Review*, 28 (2019), pp. 162-176.

Roser, Max and Esteban Ortiz-Ospina. (2013). "Global Extreme Poverty". Published online at OurWorldInData.org.

Roosevelt, Franklin D. (1932). "The forgotten man". Radio address. Retrieved March 25, 2010, from <http://teachingamericanhistory.org/library/index.asp?document=2471>

Rost, C. and Ydren, E. (2006). –Profit for the poor: Sustainable market development in BOP-markets”.

[www.divaportal.org/diva/getDocument?urn\\_nbn\\_se\\_hj\\_diva-549-1\\_fulltext.pdf](http://www.divaportal.org/diva/getDocument?urn_nbn_se_hj_diva-549-1_fulltext.pdf)

Rotter, J. B. (1954). –Social Learning and Clinical Psychology”. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.Inc.

<https://doi.org/10.1037/10788-000>

Roundy, P. (2019). –Regional differences in impact investment: A theory on impact investing ecosystems”. *Social Responsibility Journal*, 16(4), 467–485.

Rubalcaba, L., Lagunes, H. and Reynoso, J. (2018). –Service Innovation in Developing Economies”. In F. Gallouj & F. Djellal (Eds.). *A Research Agenda for Service Innovation* (pp. 68–84). Edward Elgar Publishing Limited.

Rugumamu, S. (1999). –Entrepreneurship development: Some Reflections from Tanzania”, in Rutashobya, L.K. and Olomi, D.R. 1999. *African entrepreneurship and small business development*, DUP, Dar es Salaam.

Rutashobya, L. K. (1995). –Women in Business: Entry and Performance Barriers”. Unpublished Research Report, University of Dar es Salaam.

Rutashobya, L. K. (1995b). –Women in Business in Tanzania”. In Creighton and C.K.Omari (eds.): *Gender, Family and Household in Tanzania*. Aldershot, Avebury.

Ruvinsky, J. (2011). –Making the news”. *Stanford Social Innovation Review* , Vol. 9 No. 3, p. 9.

Rwanshane, HM. (2000). –The impact of technical and entrepreneurship skills training on the performance of women entrepreneurs in Tanzania: a case study of food processors”. MBA Dissertation, Faculty of Commerce and Management, University of Dar es Salaam.

Sanderson, Lilian Passmore and Sanderson, Naville. (1981). –Education, Religion and Politics in South Sudan, 1899-1964”. London: Ithaca Press.

Santos, N. J. C. and Laczniak, G. R. (2009). –Marketing to the poor: An integrative justice model for engaging impoverished market segments”. *Journal of Public Policy and Marketing*, 28(1), 3–15.

Schaefers, T., Moser, R. and Narayanamurthy, G. (2018). –Access-based services for the base of the pyramid”. *Journal of Service Research*, 21(4), 421-437.

Schatz, S. P. (1977). –Nigerian Capitalism”. Berkeley: University of California Press.

- Schere, J. L. (1982). "Tolerance for ambiguity as a discriminating variable between entrepreneurs and managers". *Proceedings of the Academy of Management*, 404-408.
- Schneider, Friedrich. (2005). "Size and Measurement of the Informal Economy in 110 Countries around the World". Working Paper 2005-13, Center for Research in Economics, Management and the Arts, Johannes Kepler University of Linz.
- Schneider, Friedrich and Ernste, Dominik H. (2000). "Shadow Economies: Size, Causes and Consequences". *Journal of Economic Literature*. Vol. 38, No. 1.
- Schomerus, Mareike and Kristof Titeca. (2012). "Deals and Dealings: Inconclusive Peace and Treacherous Trade along the South Sudan – Uganda Border". *Africa Spectrum* 47 (2-3): 5–31.
- Schomerus, Mareike, and Tim Allen. (2010). "Southern Sudan at Odds with Itself: Dynamics of Conflict and Predicaments of Peace". *Pact Sudan & LSE DESTIN*.
- Schrems, J. (2004). "Understanding Principles of Politics and the State". Pagefree Publishing, pp. 234.
- Selassie, Zeru Gebre. (2009). "Non-oil revenue study". *Southern Sudan Volume II*, Final report, October 2009, 31-32.
- Shibeika, Mekki. (1952). "British Policy in the Sudan, 1882-1902". London: Oxford University Press.
- Shroff, M., Griffiths, P., Adair, L., Suchindran, C. and Bentley, M. (2009). "Maternal autonomy is inversely related to child stunting in Andhra Pradesh, India". *Maternal & child nutrition*, 5(1), 64–74.  
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3811039/pdf/nihms381089.pdf>
- Schulpen, L. and Gibbon, P. (2001). "Private Sector Development: Policies, Practices, and Problems". CDR Policy Paper, Copenhagen, Centre for Development Research, <http://www.cdr.dk>
- Schumpeter, Joseph A. (1934). "Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle". University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1496199>.
- Schuster, I. (1982). "Marginal Lives of Women: Conflict and Contradiction in the Position of Female Traders in Lusaka, Zambia". In Edna G. Bay (ed.): *Women and Work in Africa*. Boulder: Westview Press
- Schuster, T. and Holtbrgge, D. (2014). "Benefits of cross-sector partner-ships in markets at the base of the pyramid". *Business Strategy and the Environment*, 23(3), 188–203.

- Seibert, S.E. and Kraimer, M.L. (2001). –The Five-Factor Model of Personality and Career Success”. *Journal of Vocational Behavior*, 58, 1-21. <http://dx.doi.org/10.1006/jvbe.2000.1757>
- Sexton, D. L. and Bowman-Upton, N. B. (1991). –Entrepreneurship: Creativity and 66 growth”. New York, NY: MacMillan.
- Shadbolt, N. M. (2016). –Resilience, risk and entrepreneurship”. *Applied Psychology: An international review*, 2009, 58 (3), 469–487. Doi: 10.1111/j.1464-0597.2009.00402.
- Shaver, K. G. and L. R. Scott. (1991). –Person, process, choice: The psychology of new venture creation”. *Entrepreneurship Theory and Practice*: 23–45.
- Sievers, SE. (2001). –Competitiveness and foreign direct investment in Africa”. In *Policies to Promote Competitiveness in Manufacturing in Sub-Saharan Africa*, SM Nsouli (eds.). Paris: Organization for Economic Cooperation and Development.
- Simanis, E. and Hart, S. L. (2009). –Innovation from the inside out”. *MIT Sloan Management Review*, 50(4), 77–86.
- Simanis, E., Hart, S. and Duke, D. (2008). –The Base of the Pyramid Protocol: Beyond ‘Basic Needs’ Business Strategies”. *Innovations Technology Governance Globalization*,3(1), 57-84.
- Simanis, E. and Hart, S. L. (2008). –The base of the pyramid protocol: Toward next generation BoP strategy (version 2.0)”. Ithaca: Cornell University. Simanis, E., & Hart, S. L. (2009). *Innovation from the inside out*. MIT Sloan Management Review, 50(4), 77–86.
- Simanis, Erik and Hart, Stuart. (2005). –The Base of the Pyramid Protocol: Toward Next Generation BoP Strategy”. Center for Sustainable Global Enterprise Johnson School of Management Cornell University.
- Simanis, E. and Milstein, M. (2012). –Back to business fundamentals: Making bottom of the pyramid relevant to core business”. *The Journal of Field Actions: Field Actions Science Reports Special Issue*, 4, 82–88.
- Singh, R., Bakshi, M. and Mishra, P. (2014). –Corporate Social Responsibility: Linking Bottom of the Pyramid to Market Development?”. *Journal of Business Ethics*, 131(2), pp.361–373. Available at: <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-014-2283-8>
- Sleuwaegen, L. and Goedhuys, M. (1998). –Barriers to Growth of Firm in Developing Countries: Evidence from Burundi”. RPED Paper No.91. World Bank.
- Smith, A. and Pezeshkan, A. (2013). –Which businesses actually help the global poor?”. *South Asian Journal of Global Business Research*, 2(1), 43–58.

- Snyder, M. (2000). –Women in African economies: from burning sun to boardroom”. Kampala: Fountain Publishers.
- Sohail M., D.A.C. Maunder and S. Cavill. (2006). –Effective regulation for sustainable public transport in developing countries”. *Transport Policy*, Volume 13, Issue 3. Pages 177-190. ISSN 0967-070X
- Sommers, Marc and Schwartz, Stephanie. (2011). –Dowry and Division: Youth and state building in South Sudan”. United States Institute for Peace, Special Report 295 (November 2011) <http://www.usip.org/publications/dowry-and-division-youth-and-state-building-insouth-sudan>
- Sovacool B. K. (2012). –The political economy of energy poverty: A review of key challenges”. *Energy for Sustainable Development*, Volume 16, Issue 3, 2012, Pages 272-282, ISSN 0973-0826. <https://doi.org/10.1016/j.esd.2012.05.006>
- Spencer, L. M. and Spencer, S. M. (1993). –Competence at work: Models for superior performance”. New York: John Wiley & Sons.
- Spring, Anita and McDade, Barbara E. (1998). –African Entrepreneurship: Theory and Reality”. Edited by Anita Spring and Barbara E. McDade. University Press of Florida, Gainesville.
- Sridharan, S. and Viswanathan, M. (2008). –Marketing in subsistence marketplaces: Consumption and entrepreneurship in a South Indian context”. *Journal of Consumer Marketing*, 25(7), 455–462.
- Stajkovic, A. D. and F. Luthans. (1998). –Self-efficacy and work-related performance: A meta-analysis”. *Psychological Bulletin*. 124(2): 240–261.
- Sutton, J. (1969). –Ancient Civilizations' and Modern Agricultural Systems in the Southern Highlands of Tanzania”. Published by Academic Journal Offprint from: - Azania - Journal of The British Institute in Africa Volume IV, 1969.
- Swantz, ML. (1985). –Women in development: a creative role denied – the case of Tanzania”. London: C. Hurst and Company/New York: St. Martin’s Press.
- Tajeddini, K. and Ratten, V. (2017). –The moderating effect of brand orientation on inter-firm market orientation and performance”. *Journal of Strategic Marketing*, 1–31. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2017.1293138>
- Tambunan, T. (2009). –Women entrepreneurship in Asian developing countries: Their development and main constraints”. *Journal of Development and Agricultural Economics*, 1(2), 27–40.

Tasavori, M., Zaefarian, R. and Ghauri, Pervez N. (2015). –The creation view of opportunities at the base of the pyramid”. *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, DOI: <http://10.1080/08985626.2014.1002538>

Tate, W.L., Bals, L. (2018). –Achieving Shared Triple Bottom Line (TBL) Value Creation: Toward a Social Resource-Based View (SRBV) of the Firm”. *Journal of Business Ethics* 152, 803–826 (2018). <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3344-y>

Tessemaker, E, Hilhorst, T and van der Wal F. (2007). –Netherlands support to land tenure security in developing countries”. Overview and lessons learned. Ministry of Foreign Affairs, The Hague.

The African Child Policy Forum. (2013). –Minimum Age of Marriage in Africa”. Compiled by The African Child Policy Forum (ACPF). <http://www.africanchildforum.org>.

The International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank. (2019). –Doing Business in Juba 2019”. Washington D.C., 2019.

The International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank. (2019). –Doing business: economy profile: Central African Republic”, Washington, DC, 2019.

The Third Billion Campaign. (2012). –Empowering the Third Billion”. Women and the World of Work in 2012. Booz & Company.

Thomas, J.J. (1992). –Informal Economic Activity”. Ann Arbor: University of Michigan Press.

Thorpe, J. (2018). –Procedural justice in value chains through public–private partnerships”. *World Development*, 103 (2018), pp. 162-175.

Timmons, J. (1978). –Characteristics and role demands of entrepreneurship”. *American Journal of Small Business*, 3( I), 5-17.

Toma, S. G., Grigore, A. M., & Marinescu, P. (2014). Economic development and entrepreneurship. *Procedia Economics and Finance*, 8, 436-443.

Transparency International. (2021). –Corruption perceptions index 2021”. Berlin, 2021.

<https://www.transparency.org/en/cpi/2021/index/caf>

Tripp, Aili Mari. (1997). –Changing the Rules: The Politics of Liberalization and the Urban Informal Economy in Tanzania”. Berkeley: University of California Press.

Tuncer, B. and Sahin, F. (2018), –Big five personality traits and entrepreneurial intention: the moderating role of social valuation”, *International Conference of Applied Business and Management*, Porto, Portekiz.

Twijnstra, Rens. (2015). –Recycling oil money': procurement politics and (un)productive entrepreneurship in South Sudan". *Journal of Eastern African Studies*. 9. 1-19. 10.1080/17531055.2015.1105442.

Twijnstra, R., Hilhorst D. and Kristof Titeca. (2014). –Trade networks and the practical norms of taxation at a border crossing between South Sudan and Northern Uganda". *Journal of Eastern African Studies*, 8:3, 382-399, DOI: 10.1080/17531055.2014.899139

Tyagarajan, M. (1959). –Development Theory of Entrepreneurship". *Indian Economic Review* 4: 135-50.

Uganda Bureau of Statistics (UBOS). (2017). –Uganda National Household Survey 2016/2017". Kampala: Uganda Bureau of Statistics.

[http://www.ubos.org/onlinefiles/uploads/ubos/pdf%20documents/UNHS\\_VI\\_2017\\_Version\\_I\\_%2027th\\_September\\_2017.pdf](http://www.ubos.org/onlinefiles/uploads/ubos/pdf%20documents/UNHS_VI_2017_Version_I_%2027th_September_2017.pdf)

Uganda Bureau of Statistics and Bank of Uganda (UBOS). (2008). –The informal Cross Border Trade Survey Report 2007". Kampala, Uganda.

Ulyssea, G. (2020). –Informality: Causes and Consequences for Development". *Annual Review of Economics* 12 (1): 527-46.

University of Dar es Salaam Entrepreneurship Centre (UDEEC). (2002). *Jobs, Gender and Small Enterprises in Africa: Women Entrepreneurs in Tanzania. A Preliminary Report*, Geneva, ILO, IFP/SEED-WEDGE, October.

UNCTAD. United Nations. (2020).

<https://unctad.org/en/pages/aldc/Least%20Developed%20Countries/UN-list-of-Least-Developed-Countries.aspx>

UN DESA. (2009). –2009 World Survey on the Role of Women in Development: Women's Control over Economic resources and Access to Financial Resources, including Microfinance". New York.

UNDP. (2020). [https://www.ss.undp.org/content/south\\_sudan/en/home/countryinfo.html](https://www.ss.undp.org/content/south_sudan/en/home/countryinfo.html)

United Nations Development Program (UNDP). (2019). –Informe sobre Desarrollo Humano 2019". New York: Oxford University Press.

United Nations Development Program (UNDP). (2010). –Gender and Disasters". Bureau for crisis, prevention and recovery. New York: Oxford University Press.

United Nations Development Programme. (2008). –Creating Value for all: Strategies for Doing Business with the Poor". July 2008.



<http://www.undp.org/content/dam/rwanda/docs/povred/RWrpCreatingValueforAllDoingBusinesswiththePoor.pdf>

United Nations Development Program (UNDP). (1997). *Informe sobre Desarrollo Humano 1997*. New York: Oxford University Press.

United Nations Economic Commission for Africa (UNECA). (2016). *Country Profile – Central African Republic*  
[www.uneca.org/sites/default/files/uploadeddocuments/CountryProfiles/2017/central\\_africa\\_rep\\_cp\\_eng.pdf](http://www.uneca.org/sites/default/files/uploadeddocuments/CountryProfiles/2017/central_africa_rep_cp_eng.pdf)

UNESCO. (2011). *Why education will foster stability in an Independent South Sudan*. Paris, France – Buenos Aires, Argentina: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 2011.

UNHCR. (2020).

[https://data2.unhcr.org/en/situations/southsudan#\\_ga=2.60270957.1122093259.1586565082-2069861290.1585066878](https://data2.unhcr.org/en/situations/southsudan#_ga=2.60270957.1122093259.1586565082-2069861290.1585066878)

UNICEF. (2013). Press Centre. *Child Marriages: 39,000 Every Day*. UNICEF. 7 Mar. 2013. Web.

UNIDO. (2014). *Empowering women: Fostering Entrepreneurship*. United Nations. New York.

United Nations Security Council. (2017). *Report of the Secretary-General on the Central African Republic*. S/2017/94, United Nations.

United Nations Security Council. (2016). *Report of the Secretary-General on children and armed conflict in Central African Republic*. S/2016/133, United Nations.

United Republic of Tanzania (URT). (2003). *Small and Medium Enterprise Development Policy*. Ministry of Industry and Trade, Dar es Salaam.

United Republic of Tanzania (URT). (2003a). *National Trade Policy*. Ministry of Industry and Trade, Dar es salaam.

United Republic of Tanzania (URT). (2003b). *The Poverty and Human Development Report 2003*. Mkuki and Nyota Publishers, Dar es Salaam.

United Republic of Tanzania URT. (2002). *Small and Medium Enterprise Development Policy*. Ministry of Industry and Trade, Dar es Salaam.

United Republic of Tanzania (URT). (1999). *Tanzania Development Vision 2025*. Planning Commission, Dar es Salaam.

United Republic of Tanzania (URT). (1999a). –National Higher Education Policy”. Ministry of Science, Technology and Higher Education, Dar es Salaam.

United Republic of Tanzania (URT). (1995). –Tanzania country report to the UN 4th World Conference on Women, Beijing, China”. Dar es Salaam: Government Printer.

United Republic of Tanzania (URT). (1975). –Maternity Law (Amendment) Act. no.5, 1975”. Dar es Salaam: Government Printer.

United Republic of Tanzania (URT). (1971). –The Law of Marriage Act, no.5, 1971”. Dar es Salaam: Government Printer.

UN Women. (2022). –Women in development: Report of the Secretary-General”. New York.

<https://www.unwomen.org/sites/default/files/2022-12/a-77-243-sg-report-women-in-development-2022-en.pdf>

UN Women. (2020). –Progress of the World’s women 2019–2020”. New York. <https://www.unwomen.org/en/digital-library/publications/2020/06/annual-report-2019-2020>

UN Women. (2019). –Families in a changing world”. New York: UN Women. ISBN: 978-1-63214-156-9.

USAID. (2010). –Land tenure and property rights in Southern Sudan: a case study of informal settlements in Juba”. USAID, Washington, DC, December 2010, c-27.

Utsch, A. and A. Rauch. (2000). –Innovativeness and initiative as mediators between achievement orientation and venture performance”. *European Journal of Work and Organizational Psychology*. 9(1): 45–62.

Utsch, A., Rauch, A., Rothfuss and Frese, M. (1999). –Who becomes a small scale entrepreneur in a postsocialist environment: On the differences between entrepreneurs and managers in East Germany”. *Journal of Small Business Management*, 37(3): 1–42.

Van den Waeyenberg, S., & Hens, L. (2012). –Overcoming institutional distance: Expansion to base-of-the-pyramid markets”. *Journal of Business Research*, 65(12), 1692–1699.

Van Elk, Koos and Jan de Kok. (2014). –Enterprise formalization: Fact or fiction? A quest for case studies”. Geneva: International Labour Office and Deutsche Gesellschaft für International Zusammenarbeit.

VanSandt, C. V. and Sud, M. (2012). –Poverty alleviation through partnerships: A road less travelled for business, governments, and entrepreneurs”. *Journal of Business Ethics*, 110(3), 321–332.

- Van Stel, Caree and Thurik. (2005). –The effect of Entrepreneurial Activity on National Economic Growth”. *International journal, Small Business Economics* 24:311-321.
- Varadarajan, R. (2014). –Toward sustainability: Public policy, global social innovations for base-of-the-pyramid markets, and demarketing for a better world”. *Journal of International Marketing*, 22(2), 1–20
- Vásquez, W. F. (2017). –Understanding Bottled Water Consumption in a High-poverty Context: Empirical Evidence from a Small Town in Guatemala. *Understanding Bottled Water Consumption*”. *International Journal of Consumer Studies*, 41 (2), 199–206. doi: <http://10.1111/ijcs.12327>
- Vega, Jose. (2006). –Improving Access to Financial Services: Mobile Money Transfer and Beyond—Reaching Rural Households through Technology”. Paper presented at State Bank of Pakistan seminar, Karachi, October 12.
- Vellema S., G. Schouten, R. van Tulder. (2019). –Partnering capacities for inclusive development in food provisioning”. *Dev Policy Rev* (2019), <http://10.1111/dpr.12466>
- Velmurugan, J. M., Kalaiselvan, D., Rameswari, P., & Sankar, K. (2013). Innovation and entrepreneurship in a global economy. *Journal of Business Management & Social Sciences Research*, 2(2), 1-9.
- Viswanathan, M. and Rosa, J. A. (2010). –Understanding Subsistence Marketplaces: Toward Sustainable Consumption and Commerce for a Better World”. *Journal of Business Research*, 63 (6), 535–37. doi: <http://10.1016/j.jbusres.2009.06.001>
- Vodafone. (2005). –Africa: The Impact of Mobile Phones”. London: Vodafone. <http://www.vodafone.com/africa>.
- Walsh, J., Kress, J. and Beyerchen, K. (2005). –Promises and perils at the bottom of the pyramid/The fortune at the bottom of the pyramid: Eradicating poverty through profits”. *Administrative Science Quarterly*, 50(3), 473–482. Doi: <http://10.2189/asqu.2005.50.3.473>
- Wang, J.-H., Chang, C.-C., Yao, S.-N. and Liang, C. (2016), –The contribution of self-efficacy to the relationship between personality traits and entrepreneurial intention”, *Higher Education*, Vol. 72 No. 2, pp. 209-224.
- Ward M. (2012). –Housing Policies in Developing Countries”. Editor(s): Susan J. Smith, *International Encyclopedia of Housing and Home*, Elsevier, 2012, Pages 559-572. ISBN 9780080471716. Doi: <http://10.1016/B978-0-08-047163-1.00232-0>
- Wayne H. Stewart and Philip L. Roth. (2007). –A Meta-Analysis of Achievement Motivation Differences between Entrepreneurs and Managers”. *Journal of Small Business Management*, 45:4, 401-421, DOI: 10.1111/j.1540-627X.2007.00220.

Webb, J.W., Kistruck, G.M., Ireland, R.D. and Ketchen, Jr.D.K. (2010). –The Entrepreneurship Process in Base of the Pyramid Markets: The Case of Multinational Enterprise/Nongovernment Organization Alliances”. *Entrepreneurship Theory and Practice*,34(3), 555-581.

Williams, C. and F. Schneider. (2016). –Measuring the Global Shadow Economy: 7e Prevalence of Informal Work and Labour”. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.

Wilson, EJ. (1990). –Strategies of State Control of the Economy: Nationalization and Indigenization in Black Africa”. *Comparative Politics*, 22(4), 401-419.

Woetzel, Jonathan, Anu Madgavkar, Kweilin Ellingrud, Eric Labile, Sandrine Devillard, Eric Kutcher, James Manyika, Richard Dobbs and Mekala Krishnan. (2015). –The Power of Parity: How Advancing Women’s Equality Can Add \$12 Trillion to Global Growth”. McKinsey Global Institute.

Wohlmuth, K., and Wauschkunh, M. (2001). –West African Enterprise Network WAEN”. *The African Development Perspectives Yearbook Volume B. Africa’s Reintegration into the World Economy*, New Brunswick, NJ, Transaction Publishers, pp. 841-854.

Woo, H.R. (2018), –Personality traits and intrapreneurship: the mediating effect of career adaptability”, *Career Development International*, Vol. 23 No. 2, pp. 145-162.

Workalemahu, H. L., Fitsum A. Gelaye, Jillian Du and Anjali Mahendra. (2021). –Water Resilience in a Changing Urban Context: Africa's Challenge and Pathways for Action”. Report July 19, 2021. World Resort Institute. Report July 19, 2021

World Bank. (2022). –Women, Business and the Law 2022”. Washington, DC: World Bank. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/36945>

World Bank. (2022). –South Sudan Country Overview”.

<https://www.worldbank.org/en/country/southsudan/overview>

World Bank. (2022). –South Sudan Economic Monitor - Towards a Jobs Agenda”. Washington, D.C. : World Bank Group.

<http://documents.worldbank.org/curated/en/099650002152233681/P1737580e2efa4025093600b8be2b53aa10>

World Bank. (2021). –Informe sobre el desarrollo mundial 2021: Datos para una vida mejor”. Washington, DC: World Bank. © World Bank. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/35218>

World Bank. (2020). –Burundi: Country Brief”.

<http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/COUNTRIES/AFRICAEXT/BURUNDIEXTN/>

World Bank. (2020). –Tanzania Economic Update: Addressing the Impact of COVID-19”. Tanzania economic update, no. 14 Washington, D.C.: World Bank Group.

<http://documents.worldbank.org/curated/en/850721591546081246/Tanzania-Economic-Update-Addressing-the-Impact-of-COVID-19>

World Bank. (2020). –Uganda Outlook 2020”.

<https://www.worldbank.org/en/country/uganda/overview>

World Bank. (2020). Doing Business 2020. Washington, DC: World Bank. DOI:10.1596/978-1-4648-1440-2

World Bank. (2020). –Doing Business Database”. Washington DC: World Bank.

World Bank. (2019). –Global consumption database”. Retrieved from <http://datatopics.worldbank.org/consumption/>

World Bank. (2019). –World Development Report 2019: 7e Changing Nature of Work”. Washington, DC: World Bank.

World Bank. (2019). International Comparison Program. <http://icp.worldbank.org/>

World Bank. (2018). –Risk Sharing for a Diverse and Diversifying World of Work”. Washington, DC: World Bank.

World Bank. (2018). –World Development Report 2018: Learning to Realize Education’s Promise”. Washington, DC: World Bank

World Bank. (2018). –Uganda. Doing Business 2018. Reforming to Create Jobs”. Economy Profile Uganda. Washington D.C.: World Bank.

World Bank. (2018). –South Sudan Poverty Assessment: 2009-2017”. Impact of Conflict and Shocks on Poverty. Report No: AUS0000204, June 2018.

World Bank. (2017). –7e Global Findex Database 2017: Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution”. Washington, DC: World Bank

World Bank. (2017). –Purchasing Power Parities and the Size of World Economies: Results from the 2017 International Comparison Program”. Washington, DC: World Bank

World Bank. (2016). –World Development Report 2016: Digital Dividends”. Washington, DC: World Bank.

World Bank. (2016). –Republic of Burundi”. Burundi Poverty Assessment.

World Bank. (2012). –Doing Business 2012: Doing Business in a More Transparent World”. Washington DC: World Bank

World Bank. (2012). –Making Transport Work for Women and Men: Challenges and Opportunities in the Middle East and North Africa”. Lessons from Case Studies. Washington, DC. © World Bank. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/17648>

World Bank (MGCosW). (2012). –Comprehensive Country Gender Assessment”. Independent Evaluation of the Multi-Donor Trust Fund in Sudan. Multi Donor Trust Fund & Government of Republic of South Sudan (MDTF & GRSS). 2012.

World Bank. (2011). –Doing Business 2011: Making a Difference for Entrepreneurs”. Washington DC: World Bank

World Bank. (2006). –Global Economic Prospects 2006: Economic Implications of Remittances and Migration”. Washington, DC: World Bank.

World Bank. (2004). –Unleashing entrepreneurship: making business work for the poor”. Report to the Secretary General of the United Nations, Washington D.C.

World Bank. (2003). –Doing Business in 2004: Understanding Regulation”. New York: Oxford University Press

World Bank. (2002). –Private Sector Development Strategy: Directions for the World Bank Group”. Washington, D.C.

World Bank. (1978). –Employment and Development of Small Enterprises: Sector Policy Paper”. Washington, D.C., February 1978.

World Data Lab. (n.d.). (2019). –Making everyone count”. Retrieved from the World Data Lab website: <https://worlddata.io/>

World Development Indicators. (2022).

<https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators>

World Economic Forum. (2012).”The Global Competitiveness Report 2012–2013”. World Economic Forum Publications. Geneva, Switzerland 2012.

World Economic Forum/Boston Consulting Group. (2009). –The Next Billions: Business Strategies to Enhance Food Value Chains and Empower the Poor”. World Economic Forum Publications. Geneva, Switzerland 2012.

World Economic Forum/Boston Consulting Group. (2009). –The Next Billions: Unleashing Business Potential in Untapped Markets”. World Economic Forum Publications. Geneva, Switzerland 2012.

World Food Programme (WFP). (2016). –Analyse de la Sécurité Alimentaire d'Urgence au Burundi”.

Available at <https://www.wfp.org/publications/burundi-analyse-de-las%C3%A9curit%C3%A9-alimentaire-d%E2%80%99urgence-mai-2016>

World Resources Institute, World Bank, United Nations Development Program, and United Nations Environment Programme. (2005). –World Resources Report: The Wealth of the Poor”. Washington, DC: World Resources Institute.

World Resources Institute. (n.d.). (2019). –BOP market by income segment: Africa – \$429 billion”. Retrieved from the World Resources Institute website:

[www.wri.org/resources/charts-graphs/bop-market-income-segment-africa-429-billion](http://www.wri.org/resources/charts-graphs/bop-market-income-segment-africa-429-billion)

Worldometer Uganda. (2020). <https://www.worldometers.info/world-population/uganda-population>

Yurdakul, D., Atik, D. and Dholakia, N. (2017). –Redefining the bottom of the pyramid from a marketing perspective”. *Marketing Theory*, 17(3), 289–303.

Yusuf, B. N. M. and Kamil, S. (2015). –Relationships of Big Five Personality Traits and Locus of Control on Entrepreneurship Intentions among Students in Higher Learning Institutions”. *Global Journal of Research in Social Sciences*, 2(1). 65-73.

[http://gpcpublishing.org/index.php/gjrss/article/view/198/pdf\\_9](http://gpcpublishing.org/index.php/gjrss/article/view/198/pdf_9)

Yutaka Yoshino, Grace Ngungi and Ephrem Asebe. (2011). –Enhancing the Recent Growth of Cross-Border Trade between South Sudan and Uganda”. *Africa Trade Policy Notes* Note 21. June, 2011.

Zewde & Associates. (2002). –Jobs, Gender and Small Enterprises in Africa: Women Entrepreneurs in Ethiopia”. A Preliminary Report, Geneva: ILO, IFP/SEED-WEDGE, October.

Zhao, H. and S. E. Seibert. (2006). –The big five personality dimensions and entrepreneurial status: A meta-analytical review”. *Journal of Applied Psychology*. 91: 259–271. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.91.2.259>

Zororo, M. (2011). –Characteristics and motivation in female entrepreneurship”. *Case of Botswana. University of Botswana Journal*, 6 (1).

## ANEXOS

## ANEXO 1. Entrevista (modelo de Sudán del Sur).

1. Name \_\_\_\_\_ Surname \_\_\_\_\_

2. Date of the interview:

3. Name of the interviewer:

4. Distric/Location:

5. Social status

a. Married;

b. Married but head of family

c. Single, widow or divorced

6. Year of birth: \_\_\_\_\_ Age: \_\_\_\_\_

7. Total number of members in the household by sex and age: \_\_\_\_\_

	NAME:	SEX: Male M Female F	Year of birth (Age):	Relationship to beneficiary: Own Daughter/Son: 1 Husband's D/S: 2 Sister/Brother: 3 Other younger: 4 Parents: 5 Other older: 6 Husband/Boyfriend: 7	Education: (1) Current / Completed (2) Level of education: None 0 Kindergarten K Primary P1-7 Secondary O1-4 A5-6 Higher Education H Specific Course C (1) (2)	Contributes to the expenses: <input checked="" type="checkbox"/> Yes (specify activity) <input type="checkbox"/> No
1			( )			
2			( )			
3			( )			
4			( )			
5			( )			
6			( )			
7			( )			
8			( )			
9			( )			
10			( )			



8. What do you do for a living? \_\_\_\_\_
9. Total income by interviewed woman is \_\_\_\_\_ SSP per \_\_\_\_\_
10. Weekly income of the interviewed woman: \_\_\_\_\_
11. Total income by members (including interviewed) is \_\_\_\_\_ RWF per \_\_\_\_\_
12. Weekly income by total of members (including interviewed):
13. How long have you living here?
14. How do you distribute your income.
15. If Expenses are not covered by Income, explain why: \_\_\_\_\_
16. Do you do savings?  Yes  No

If YES, frequency of savings:  Daily  Weekly  Biweekly  Monthly

and amount: \_\_\_\_\_

17. For what purpose do you use the savings?

Health  Education  House  Business

Emergency (specify): \_\_\_\_\_

18. Do you have any credit?  Yes  No

With whom?	
What interest rate?	
For what reason?	
What amount?	

19. Do you have any debt?  Yes  No

With whom?	
What amount?	
For what reason?	

**20. What are the main reasons you start this business? (Prioritize from 1 to 5, being 1 the most important reason and 5 the least).**

Maintain my family       increase my living       diversify my incomes  a good business opportunity       other (specify): \_\_\_\_\_

**21. Why did you start this business and not other?**

previous experience in the sector  training       family legacy

affordable to my budget  Only choice

other (specify): \_\_\_\_\_

**22. Did you do any study before launching the business?**  Yes       No

**Which one?**

study the number of future clients       the suppliers  the benefit

the risks       other (specify): \_\_\_\_\_

**23. How many years have you been working in this business?**

1  2       3       4       5 or more (specify number): \_\_\_\_\_

**24. Has your business evolved along these years?**  Yes       No

**How?**

I move the place       I increase the number of clients       change the type of clients

shift from street selling to shop       add new products/services

sell on credit  sell on different markets       change of product or services  other

(specify): \_\_\_\_\_

**25. Do you always work in in the same location or you move?**  Yes       No

**26. How did you get the funds needed to start your business? How much? Loan? Interest rate?**

	From who?	How much?	Loan? Y/N	Interest rate?

<b>Own funding</b>				
<b>Relatives</b>				
<b>Friends</b>				
<b>Microcredit Institutions</b>				
<b>Money lender</b>				
<b>Other</b> _____ _____				

27. Do you ask for advice in your business's decisions?  Yes  No

If YES, from whom?

- Husband    Brother    Father    Son    Sister  
 Boyfriend    Relatives \_\_\_\_\_    Friends \_\_\_\_\_  
 Neighborhood    Other (specify): \_\_\_\_\_

28. How many people are working in your business? And what is the relationship with them?

	Paid	Non Paid	Some compensation	Full time? Y/N
<b>Relatives</b>				
<b>Employees</b>				
<b>Other</b> _____				

29. How often do you get your supplies per week in your business?

- 1    2    3    4    5 or more (specify number): \_\_\_\_\_

30. Can you store supplies somewhere?  Yes  No

If YES, where?

- in the business    home    own store  
 rent store    relatives house    other \_\_\_\_\_

31. Do you pay in cash to your suppliers?  Yes  No

32. How many suppliers you have?

- 1    2    3    4    5 or more (specify number): \_\_\_\_\_

33. Did you change of suppliers?  Yes  No

In case of YES, Why?

- I move my business  I find a better one  he doesn't want to work with me  
 other \_\_\_\_\_

34. Can you receive supplies on credit?  Yes  No

35. Have you tried to negotiate with your suppliers better conditions?  Yes  No

Which ones? Did you succeed?, in which ones?

	Yes/No	Did you succeed? Y/N
Price		
Credit/differed payment		
Delivery at home or business		
Time of delivery		
Other _____		

36. Do you sell on credit?  Yes  No

In case of YES, how do you register it?

- Written record  other (specify): \_\_\_\_\_

37. Do you register your expenses?  Yes  No

How?

- Written record  other (specify): \_\_\_\_\_

38. Do you register your selling/incomes?  Yes  No

How?

- Written record  other (specify): \_\_\_\_\_

39. Do you register together the expenses and incomes?  Yes  No

How?

- Written record  other (specify): \_\_\_\_\_

40. Do you calculate your benefits?  Yes  No

How often?

- Daily  Each two days  Three days  Four days  Five days  
 Weekly  Biweekly  Three weeks  Monthly  
 other (specify): \_\_\_\_\_

41. Do you compare your benefits with previous ones?  Yes  No

How often?

- Daily   
  Each two days   
  Three days   
  Four days   
  Five days  
 Weekly   
  Biweekly   
  Three weeks   
  Monthly  
 other (specify): \_\_\_\_\_

**42. What do you do with your benefits? How much and how often?**

	Daily	Weekly	Biweekly	Monthly	Bimonthly	3 Months	6 Months	Annual
Savings								
Invest in the business								
Family Costs								
Payment of credits								
Payment of debts								
Other								

**43. Do you use your savings in the business?**     Yes     No

**In case of YES, How?**

- pay debts   
  buy more products   
  repair the place   
  upgrade the local  
 engage more personnel   
 Other (specify): \_\_\_\_\_

**44. Do you control the number of your clients?**     Yes     No

**How?**

- Written record     other (specify): \_\_\_\_\_

**45. Do you compare the number of your clients with previous information?**     Yes  No

**How often?**

- Daily   
  Each two days   
  Three days   
  Four days   
  Five days  
 Weekly   
  Biweekly   
  Three weeks   
  Monthly  
 other (specify): \_\_\_\_\_

**46. How do you get your clients?**     They just appeared     I actively look for them

**How?**

- Going to the place where they are (school, restaurants, beach, etc.)  
 Home visiting  
 Street selling  
 Advertising  
 Other (specify): \_\_\_\_\_

47. **Do you care for your clients?**  Yes  No

**How?**

- I am kind with them  
 I ask them if they are satisfied  
 I ask them what other products or services they need  
 I sell them on credit, if needed  
 I deliver at their home  
 Other (specify): \_\_\_\_\_

48. **Do you try to get more clients?**  Yes  No

**How?**

- I ask my clients to recommend my products/services to other people  
 I have everything clean and tidy to improve the looking of my products/services  
 I bring new products/services attractive to my clients  
 I improve my shop to be more attractive and comfortable  
 I do advertising of my products/services \_\_\_\_\_  
 Other (specify): \_\_\_\_\_

49. **Are you happy with your business?**  Yes  No

**Why?**

- More clients  Good Benefit  Large market  Future plans  
 other (specify): \_\_\_\_\_

50. **Will you change anything of your business?**  Yes  No

**What?**

- More clients  diversify/change market  diversify/change clients  
 diversify/change products/services  Improve the shop  
 change of place  hiring people  
 other (specify): \_\_\_\_\_

51. **Do you have future plans for your business?**  Yes  No

**What plans?**

- Change of business       reach more clients       being more profitable
- change of place
- Improve the shop       offer new products/services       hiring people
- other (specify): \_\_\_\_\_

**52. What are the main risks for your business?**

- Fire       theft       floods/rain/drought       competition
- debts       Un paid debt       other (specify): \_\_\_\_\_

**53. Do you cope with them?**       Yes       No

**How?**

- Fire \_\_\_\_\_
- Thefts \_\_\_\_\_
- Flood/rain/drought \_\_\_\_\_
- Competition \_\_\_\_\_
- Un paid debts \_\_\_\_\_
- debts \_\_\_\_\_
- Other (specify): \_\_\_\_\_

**54. Do you pay taxes or a license to sell ?**       Yes       No

**Which one?**

- Government Tax       Local authorities tax       License to local authorities
- Other \_\_\_\_\_

**55. Is this your first business?**       Yes       No

**56. How many business you started before?**

- 1     2     3     4     5 or more (specify number): \_\_\_\_\_

**57. What did you do in your first business?** \_\_\_\_\_

**58. How many years do you work in the business?**

- 1     2     3     4     5 or more (specify number): \_\_\_\_\_

**59. Did you do any study before launching the business?**       Yes       No

**Which one?**

- study the number of future clients       the suppliers       the benefit
- the risks       other (specify): \_\_\_\_\_

**60. How did you get the funds needed to start your first business? How much? Loan? Interest rate?**

	From who?	How much?	Loan? Y/N	Interest rate?
Own funding				
Relatives				
Friends				
Microcredit Institutions				
Money lender				
Other _____				

**61. Why did you end with your first business?**

- failed       shift to a more profit one       still running  
 other (specify): \_\_\_\_\_

**If failed, what was the reason?**

- health       competition       un paid debts       debts  
 non profitable  
 other (specify): \_\_\_\_\_

**62. What lessons did you learn from your first business?**

- None       Control payments       Risk of health       Control clients  
 Risk of theft       Save money for emergencies  
 other (specify): \_\_\_\_\_

**63. What did you do in your second business? \_\_\_\_\_**

**64. How long you work in the business?**

- 1       2       3       4       5 or more (specify number): \_\_\_\_\_

**65. Did you do any study before launching the business?  Yes       No**

**Which one?**

- study the number of future clients       the suppliers       the benefit  
 the risks       other (specify): \_\_\_\_\_



**66. How did you get the funds needed to start your first business? How much? Loan? Interest rate?**

	From who?	How much?	Loan? Y/N	Interest rate?
Own funding				
Relatives				
Friends				
Microcredit Institutions				
Money lender				
Other _____				

**67. Why did you end with your second business?**

failed       shift to a more profit one       still running

other (specify): \_\_\_\_\_

**If failed, what was the reason?**

health       competition       un payments       debts

non profitable       other (specify): \_\_\_\_\_

**68. What lessons did you learn from your first business?**

None       Control payments       Risk of health       Control clients

Risk of theft       Save money for emergencies

other (specify): \_\_\_\_\_

**69. Will you give any advice to someone who is going to start a business?  Yes  No**

**Which one?**

Have a proper training       know the market       Control debts

Control clients       Control Risk       Save money for emergencies        
care for the clients       control income and expenses       Look for clients

Control payments       know the suppliers

other (specify): \_\_\_\_\_

**70. Do you like to have your own business or do you prefer to work for others?**

Own business       Work for others

**Why?**

be my boss       less risky       make more money       manage my time       fixed time

Start new business     other (specify): \_\_\_\_\_

**71. Do you consider yourself?**

- Optimistic:     Yes    No    Not specially     Yes, a lot
- Creative:         Yes    No    Not specially     Yes, a lot
- Friendly:         Yes    No    Not specially     Yes, a lot
- Hard worker:     Yes    No    Not specially     Yes, a lot
- Independent:     Yes    No    Not specially     Yes, a lot
- Leader:            Yes    No    Not specially     Yes, a lot
- Afraid of the risks:     Yes     No    Not specially  Yes, a lot

**72. Do you?**

- Like people:     Yes     No    Not specially     Yes, a lot
- Like take decisions:     Yes    No    Not specially  Yes, a lot
- Like plan for the future:     Yes    No  Not specially  Yes, a lot
- Like everything organize:     Yes    No  Not specially  Yes, a lot
- Like changes:     Yes     No    Not specially     Yes, a lot
- Like competition:     Yes    No  Not specially     Yes, a lot
- Like to work with more people:     Yes    No  Not specially     Yes, a lot

**73. Will you consider yourself as a business woman (entrepreneur) or just doing what it takes to provide for your family?**

Business woman                       Family provider                       Other \_\_\_\_\_

**74. What would you like your children to be?**

Own a business                       Employee in a business                       Government employee  
 Other \_\_\_\_\_

## ANEXO 2. Tablas con los datos detallados (ejemplo de Tanzania).

### 2.1. Socioeconómicas

- Situación social y familiar.

Situación familiar	Nº mujeres	Porcentaje
Casada	196	61,3
Casada pero cabeza de familia	7	2,2
Soltera, viuda o divorciada	117	36,6
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100</b>

Numero de mujeres	Miembros a su cargo	Porcentaje
32	1	10,0
30	2	9,4
54	3	16,9
62	4	19,4
58	5	18,1
37	6	11,6
25	7	7,8
11	8	3,4
7	9	2,2
3	10	0,9
1	11	0,3
<b>Total de miembros de la familia a cargo de las mujeres</b>	<b>1381</b>	<b>100</b>

- Estudios.

Han recibido educación	Nº mujeres	Porcentaje
SI	292	91,3
NO	28	8,8
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100</b>

Nivel de estudios completados	Nº mujeres	Porcentaje
Primaria	245	83,9
Secundaria	42	14,4
Estudios Superiores	3	1,0
Curso de formación profesional	2	0,7
<b>Total</b>	<b>292</b>	<b>100,0</b>

- Ahorro, crédito y deuda.

Ahorro	Nº mujeres	Porcentaje
Mujeres que ahorran	286	89,4
Mujeres que no ahorran	34	10,6
<b>Total mujeres</b>	<b>320</b>	<b>100</b>

Destino del ahorro	Nº mujeres	Porcentaje
Emergencias Salud	104	29,7
Emergencias otros	56	16
Casa	36	10,
Salud	14	4,4
Negocio	101	28,8
Educación	39	11,1
<b>Total</b>	<b>100</b>	

Tienen acceso al crédito	Nº mujeres	Porcentaje
SI	169	52,8125
NO	151	47,2
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100</b>

A través de quién acceden al crédito	Nº mujeres	Porcentaje
Bancos	6	3,6
Instituciones Microfinancieras	153	90,5
Prestamistas	3	1,8
Parientes	1	0,6
Cooperativas	6	3,6
<b>Total</b>	<b>169</b>	<b>100</b>

Deudas distintas del crédito	Nº mujeres	Porcentaje
SI	16	5
NO	304	95
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100</b>

Tipo de deuda	Nº mujeres	Porcentaje
Comprar productos domésticos	10	100
Gastos escolares	2	20
Gastos del negocio	2	20
Alquiler	1	10
Entierro	1	10
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>160</b>

## 2.2. Iniciativa empresarial

- Motivación, elección y estudios de viabilidad del negocio.

Motivación	Primera opción	Porcentaje %	Segunda opción	Porcentaje %	Tercera opción	Porcentaje %	Cuarta opción	Porcentaje %
Mantener a mi familia	145	45,3	101	43,9	13	26,5	3	25
Mejorar mis condiciones de vida	155	48,4	97	42,2	7	14,3	2	16,7
Diversificar los ingresos de la familia	12	3,8	17	7,4	24	49	2	16,7
Como oportunidad de negocio	8	2,5	15	6,5	5	10,2	5	41,7
<b>Total mujeres</b>	<b>320</b>	<b>100</b>	<b>230</b>	<b>100</b>	<b>49</b>	<b>100</b>	<b>12</b>	<b>100</b>

Motivo de la elección del negocio	Número de mujeres	Porcentaje
Experiencia previa en el sector	106	26,0
Formación necesaria	26	6,4
Negocio familiar	7	1,7
Se ajustaba a mi presupuesto	209	51,2
Única posibilidad	60	14,7
<b>Total respuestas</b>	<b>408</b>	<b>100</b>

Estudios de viabilidad	Nº mujeres	Porcentaje
SI	164	51,25
NO	156	48,75
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100</b>

Estudios de viabilidad	Número de mujeres	Porcentaje
Estudiar el número de clientes que podrían tener en su negocio	111	34,7
proveedores podrían tener para su casa	73	22,8
Estudiar el beneficio que podrían obtener	114	35,6
Analizar el riesgo del negocio	22	6,9
<b>Total respuestas</b>	<b>320</b>	<b>100,0</b>

- Supervivencia de sus negocios y aprendizaje de los anteriormente realizados.

Supervivencia del primer negocio	Número de mujeres	Porcentaje
Mujeres que fracasaron con su primer negocio	33	10,3
Mujeres que siguen en marcha con su primer negocio	287	89,7
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100</b>

Supervivencia del segundo negocio	Número de mujeres	Porcentaje
Mujeres que fracasaron con su segundo negocio	4	22,2
Mujeres que siguen en marcha con su segundo negocio	14	77,8
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>100</b>

Razones del fracaso de su primer negocio	Número de respuestas	Porcentaje
Motivos de salud	4	8,51
Competencia	1	2,13
Deudas incobrables	3	6,38
Deudas impagadas	1	2,13
No era rentable	19	40,43
Gastos fijos muy altos	2	4,26
Robos	1	2,13
Falta de control en la venta a crédito	1	2,13
Falta de producto	4	8,51
Embarazo	3	6,38
Lluvia/inclencias naturales	2	4,26
No tenía suficientes clientes	3	6,38
Se cambio de lugar de residencia	3	6,38
<b>Total</b>	<b>47</b>	<b>100</b>

Razones del fracaso de su segundo negocio	Número de respuestas	Porcentaje
Motivos de salud	0	0,0
Competencia	0	0,0
Deudas incobrables	2	33,3
Deudas impagadas	0	0,0
No era rentable	2	33,3
El emplazamiento no era el adecuado	2	33,3
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100</b>

Lecciones aprendidas del fracaso de su primer negocio	Número de respuestas	Porcentaje
Ninguna	6	4,8
Controlar los pagos	19	15,3
Preveer las enfermedades	6	4,8
Controlar los clientes	9	7,3
Vigilar los robos	1	0,8
Ahorrar para emergencias del negocio	8	6,5
Diversificar los ingresos	11	8,9
Estudiar el negocio antes de ponerlo en marcha	27	21,8
Formarme antes de empezar el negocio	1	0,8
Cuidar los clientes	8	6,5
Mejorar el servicio	0	0
Desarrollar el negocio	7	5,6
No tener miedo de cambiar de negocio si no funciona	1	0,8
Controlar los riesgos	1	0,8
No hacer actividades ilegales	1	0,8
Controlar a la familia	2	1,6
Ser creativo	0	0
Controlar la venta a crédito	2	1,6
Controlar los gastos fijos	4	3,2
Ser independiente	4	3,2
Trabajar más duro	3	2,4
Ser un buen gestor	3	2,4
<b>Total</b>	<b>124</b>	<b>100</b>

Lecciones aprendidas del fracaso de su segundo negocio	Número de respuestas	Porcentaje
Ninguna	3	12,5
Controlar los pagos	9	37,5
Preveer las enfermedades	1	4,2
Controlar los clientes	2	8,3
Vigilar los robos	0	0
Ahorrar para emergencias del negocio	3	12,5
Diversificar los ingresos	2	8,3
Ser más creativa	1	4,2
Mejorar la gestión	1	4,2
Desarrollar el negocio	1	4,2
Mejorar el servicio	1	4,2
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>100</b>

- Autoanálisis de la evolución de sus negocios

Evolución del negocio	Número de mujeres	Porcentaje
Crean que su negocio ha evolucionado	254	79,4
No creen que su negocio ha evolucionado	66	20,6
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100,0</b>

Evolución del negocio	Mujeres	Porcentaje
Cambio en la ubicación del negocio	19	4,6
Aumento del número de clientes	190	45,6
Diversificación del tipo de clientes	11	2,6
Pasar de ambulante a tienda	17	4,1
Número de productos o servicios ofrecidos	156	37,4
Variedad de productos o servicios ofrecidos	14	3,4
Venta a crédito	4	1,0
Vender en diferentes mercados	6	1,4
<b>Total</b>	<b>417</b>	<b>100</b>

- Fuente de financiación de sus negocios y cantidad inicial.

Con que cantidad propia puso en marcha de su negocio (en USD)	Nº mujeres	Porcentaje
0,4	1	0,6
0,9	2	1,1
1,4	2	1,1
1,8	2	1,1
2,3	15	8,6
2,8	1	0,6
3,2	1	0,6
3,7	1	0,6
4,6	18	10,3
5,5	1	0,6
6,9	15	8,6
7,4	1	0,6
8,3	1	0,6
9,2	10	5,7
11,1	1	0,6
11,5	2	1,1
13,8	12	6,9
18,4	3	1,7
23,0	21	12,1
27,6	4	2,3
32,2	4	2,3
36,8	1	0,6
46,1	15	8,6
50,7	1	0,6
59,9	1	0,6
69,1	5	2,9
92,1	8	4,6
138,2	8	4,6
150,0	0	0,0
200,0	0	0,0
230,3	3	1,7
322,4	2	1,1
368,5	1	0,6
414,6	1	0,6
460,6	3	1,7
690,9	2	1,1
921,2	2	1,1
1151,5	2	1,1
3040,1	1	0,6
<b>Total</b>	<b>174</b>	<b>100</b>

Como financió la puesta en marcha de su negocio	Nº mujeres	Porcentaje
Con su dinero	174	54,4
Con dinero de su marido	35	10,9
Con dinero de su familia	59	18,4
Prestamo Instituciones Microfin	35	10,9
Prestamistas	2	0,6
Dueños de tienda	2	0,6
<b>Total</b>	<b>307</b>	<b>95,9375</b>

- Satisfacción con el negocio, cambios y planes de futuro.

Satisfacción	Nº mujeres	Porcentaje
Mujeres satisfechas con su negocio	305	95,3
Mujeres NO satisfechas con su negocio	15	4,7
<b>Total mujeres</b>	<b>320</b>	<b>100</b>

Razones	Nº mujeres	Porcentaje
Contenta con el número de clientes	38	9,8
Contenta con el beneficio que obtiene de su negocio	280	72,0
Existencia de un mercado adecuado para sus	15	3,9
Porque tiene planes futuros para el negocio	56	14,4
Otros	0	0,0
<b>Total</b>	<b>389</b>	<b>100</b>

Cambiar	Nº mujeres	Porcentaje
Aumentar el número de clientes	163	35,9
Diversificar mercados, vender en otros sitios	15	3,3
Diversificar los clientes que tienen, llegar a otro	12	2,6
Diversificar los productos/servicios ofrecidos	94	20,7
Mejorar la tienda/local	112	24,7
Mover el negocio a un mejor emplazamiento	13	2,9
Contratar a más gente	5	1,1
Otro	40	8,8
<b>Total</b>	<b>454</b>	<b>100</b>

Planes de futuro	Nº mujeres	Porcentaje
Cambiar de negocio	49	7,3
Llegar a más clientes	165	24,5
Ser más rentable	172	25,6
Ofrecer nuevos productos/servicios	94	14,0
Mejorar la tienda/local	102	15,2
Cambiar de lugar el negocio	39	5,8
Contratar a más gente	5	0,7
Otro	47	7,0
<b>Total</b>	<b>673</b>	<b>100</b>

### 2.3. Gestión empresarial

- Tomar de decisiones.

Piden consejo en su negocio	Nº mujeres	Porcentaje
SI	158	49
NO	162	69,1
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100</b>

A quien consultan	Nº mujeres	Porcentaje
Marido	87	38,5
Hermana	15	6,6
Hermano	3	1,3
Vecinos	31	13,7
Novio	1	0,4
Padre	1	0,4
Parientes	25	11,1
Hijos	2	0,9
Amigos	39	17,3
Otros	22	9,7
<b>Total</b>	<b>226</b>	<b>100</b>

- Compra y almacenaje de insumos

Veces que compran insumos a la semana	Nº de mujeres	Porcentaje
1	90	30,1
2	44	14,7
3	20	6,7
4	1	0,3
5	15	5,0
6	3	1,0
7	124	41,5
30	1	0,3
31	1	0,3
<b>Total</b>	<b>299</b>	<b>100</b>

Tipo de almacenamiento	Nº de mujeres	Porcentaje
Casa	186	58,7
Almacen propio	2	0,6
Almacen alquilado	3	0,9
En el propio negocio	120	37,9
En casa de parientes	2	0,6
Otros sitios	4	1,3
<b>Total</b>	<b>317</b>	<b>100</b>

● Proveedores: número, método de pago, cambio y negociación.

Número de proveedores	Nº de mujeres	Total proveedores	Porcentaje
0	10	0	0
1	98	98	9,1
2	40	80	7,4
3	19	57	5,3
4	9	36	3,3
5	90	450	41,7
6	35	210	19,4
7	11	77	7,1
8	4	32	3,0
10	4	40	3,7
<b>TOTAL</b>	<b>320</b>	<b>1080</b>	<b>100</b>

Pago a los proveedores	Nº de mujeres	Porcentaje
Metálico	308	96,25
Credito	12	3,75
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100</b>

Cambian de proveedor	Nº de mujeres	Porcentaje
Si	232	72,5
No	88	27,5
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100</b>

Pueden recibir mercancía a crédito de los proveedores	Nº de mujeres	Porcentaje
No	271	0,625
Si	49	99,375
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100</b>

Razón del cambio	Nº de mujeres	Porcentaje
Si, porque encuentran uno con mejor calidad	0	0,0
Si, porque encuentran uno más barato	232	100,0
<b>Total</b>	<b>232</b>	<b>100</b>

Negocian con los proveedores	Número de mujeres	Porcentaje
NO	165	49,3
Negociaron el precio	142	42,4
El pago a crédito de las mercancías	26	7,8
La entrega de la mercancía en el negocio	1	0,3
La fecha de entrega de la mercancía	1	0,3
<b>Total</b>	<b>335</b>	<b>100,0</b>

● Clientes.

Controlan el número de clientes que tienen	Nº mujeres	Porcentaje
SI	201	62,8
NO	119	37,2
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100</b>

Comparan el número de clientes que tienen con datos anteriores	Nº mujeres	Porcentaje
SI	204	63,8
NO	116	36,3
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100</b>

Buscan a los clientes activamente	Nº mujeres	Porcentaje
No saben y no contestan	5	1,6
NO	237	74,1
SI	72	22,5
A veces	6	1,9
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100</b>

Como consiguen sus clientes	Nº mujeres	Porcentaje
Venden en la calle	33	20,1
Visitan las casas	21	12,8
Van a los lugares donde pueden encontrar clientes (bares, colegios, mercado, etc)	29	17,7
Se publicitan	6	3,7
Otro	75	45,7
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100</b>

Como cuidan a sus clientes	Nº mujeres	Porcentaje
Soy amables con ellos	310	51,4
Les pregunto si están satisfechos	123	20,4
Les pregunto que otros productos y servicios les gustarían	76	12,6
Les vendo a crédito si no pueden pagar en efectivo	44	7,3
Les llevo la mercancía a su casa	21	3,5
Otro	29	4,8
<b>Total</b>	<b>603</b>	<b>100</b>

Intentan conseguir más clientes	Nº mujeres	Porcentaje
SI	264	82,5
NO	56	17,5
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100</b>

Como intentan conseguir más clientes	Nº mujeres	Porcentaje
Les pido a mis clientes que recomienden mis productos/servicios a otros clientes	51	17,6
Tengo el local y los productos limpios para dar una buena impresión a los clientes	11	3,8
Traigo nuevos productos y servicios atractivos para mis clientes	145	50,2
He mejorado la tienda para hacerla más atractiva y comfortable para los clientes	68	23,5
Hago publicidad de mis productos/servicios	14	4,8
Otros	0	0,0
<b>Total</b>	<b>289</b>	<b>100</b>

- **Gestión de venta, ingresos, gastos y beneficio.**

Venta	Nº mujeres	Porcentaje
Venden a crédito	73	22,8
No venden crédito	247	77,2
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100</b>

Apuntan los gastos	Nº mujeres	Porcentaje
SI	309	96,6
NO	11	3,4
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100</b>

Apuntan los ingresos	Nº mujeres	Porcentaje
SI	309	96,6
NO	11	3,4
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100</b>

Apuntan los ingresos y gastos juntos	Nº mujeres	Porcentaje
SI	69	21,6
NO	251	78,4
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100</b>

Saben calcular los beneficios	Nº mujeres	Porcentaje
SI	304	95,0
NO	16	5,0
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100</b>

Comparan los beneficios actuales con los anteriores	Nº mujeres	Porcentaje
SI	292	91,3
NO	28	8,8
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100</b>

- **Inversión**

Destino de los beneficios	Nº mujeres	Porcentaje
Ahorro	286	27,7
Invertirlos	278	26,9
Pagar créditos	155	15,0
Pagar deudas	5	0,5
Cubrir gastos de la familia	307	29,7
Otros	2	0,2
<b>Total</b>	<b>1033</b>	<b>100</b>

Invierten en el negocio	Nº mujeres	Porcentaje
SI	206	64,4
NO	114	35,6
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100</b>

Destino de la inversión en el negocio	Nº mujeres	Porcentaje
Comprar más productos	195	88,2
Reparar el local	5	2,3
Contratar más personal	2	0,9
Pagar deudas del negocio	5	2,3
Mejorar el local	0	0,0
Otros	14	6,3
<b>Total</b>	<b>221</b>	<b>100</b>

- **Gestión de riesgos**

Riesgos identificados	Nº mujeres	Porcentaje
Competencia con otros negocios	55	10,6
Las inundaciones/lluvia	156	30,2
Robos	26	5,0
Los impagados por parte de los clientes	86	16,6
Las deudas	102	19,7
Fuego	3	0,6
Otro	89	17,2
<b>Total</b>	<b>517</b>	<b>100</b>

Intentan mitigar o prevenir los riesgos identificados	Nº mujeres	Porcentaje
SI	83	25,9
NO	237	74,1
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100</b>



- **Impuestos**

Pagan impuestos	Nº mujeres	Porcentaje
SI	41	12,8
NO	279	87,2
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100</b>

A que entidad pagan impuestos	Nº mujeres	Porcentaje
Impuestos al Gobierno	25	61,0
Impuestos a las Autoridade Locales	10	24,4
Licencias Municipales	0	0,0
Otro	6	14,6
<b>Total</b>	<b>41</b>	<b>100</b>

## 2.4. Perfil psicológico.

- **Capacidad para dar consejos.**

Daría consejos a alguien que va a empezar un negocio	Nº mujeres	Porcentaje
SI	288	91,3
NO	32	8,8
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100</b>

Consejo	Nº mujeres	Porcentaje
Estar formada en la actividad	46	5,2
Conocer el mercado	194	21,9
Controlar las deudas	40	4,5
Controlar los clientes	32	3,6
Gestionar los riesgos	37	4,2
Ahorrar para las emergencias	30	3,4
Cuidar a los clientes	132	14,9
Controlar el gasto y los ingresos	93	10,5
Buscar activamente a clientes	65	7,3
Controlar los pagos	72	8,1
Conocer a los proveedores	66	7,4
Otro	79	8,9
<b>Total</b>	<b>886</b>	<b>100</b>

- **Preferencia**

Prefieren	Nº mujeres	Porcentaje
Trabajar por cuenta propia	311	97,2
Trabaja por cuenta ajena	9	2,8
Indiferente	0	0,0
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100</b>

Donde le gustaría que sus hijos trabajaran	Nº mujeres	Porcentaje
Ser empresario/a	122	38,1
Trabajar para el Gobierno	92	28,8
Empleado/a en una	16	5,0
Indiferente	90	28,1
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100</b>

- **Como se ven a sí mismas**

Como se considera	Nº mujeres	Porcentaje
Como una empresaria	240	75,0
Como una mujer trabajadora	80	25,0
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100</b>

Optimistas	Nº mujeres	Porcentaje
SI	311	97,2
NO	9	2,8
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100</b>

Independiente	Nº mujeres	Porcentaje
SI	299	93,4
NO	21	6,6
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100</b>

Creativas	Nº mujeres	Porcentaje
Se consideran creativas	276	86,3
No se consideran creativas	44	13,8
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100</b>

Trabajadoras	Nº mujeres	Porcentaje
Se consideran muy trabajadoras	281	87,8
No se consideran muy trabajadoras	39	12,2
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100</b>

Líderes	Nº mujeres	Porcentaje
SI	299	93,4
NO	21	6,6
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100</b>

Amigables	Nº mujeres	Porcentaje
Se consideran amigables	292	91,3
No se consideran amigables	28	8,8
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100</b>

	Nº mujeres	Porcentaje
Estas asustada por el futuro	198	61,9
No estas asustada por el futuro	122	38,1
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100</b>

- **Les gusta**

Les gusta tomar decisiones	Nº mujeres	Porcentaje
SI	306	95,6
NO	14	4,4
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100</b>

Les gusta mirar al futuro	Nº mujeres	Porcentaje
SI	294	91,9
NO	26	8,1
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100</b>

Les gusta estar con más gente	Nº mujeres	Porcentaje
SI	297	92,8
NO	23	7,2
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100</b>

Les gusta tenerlo todo ordenado	Nº mujeres	Porcentaje
SI	304	95,0
NO	16	5,0
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100</b>

Les gusta la competencia	Nº mujeres	Porcentaje
SI	207	64,7
NO	113	35,3
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100</b>

Les gusta la gente	Nº mujeres	Porcentaje
SI	311	97,2
NO	9	2,8
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100</b>

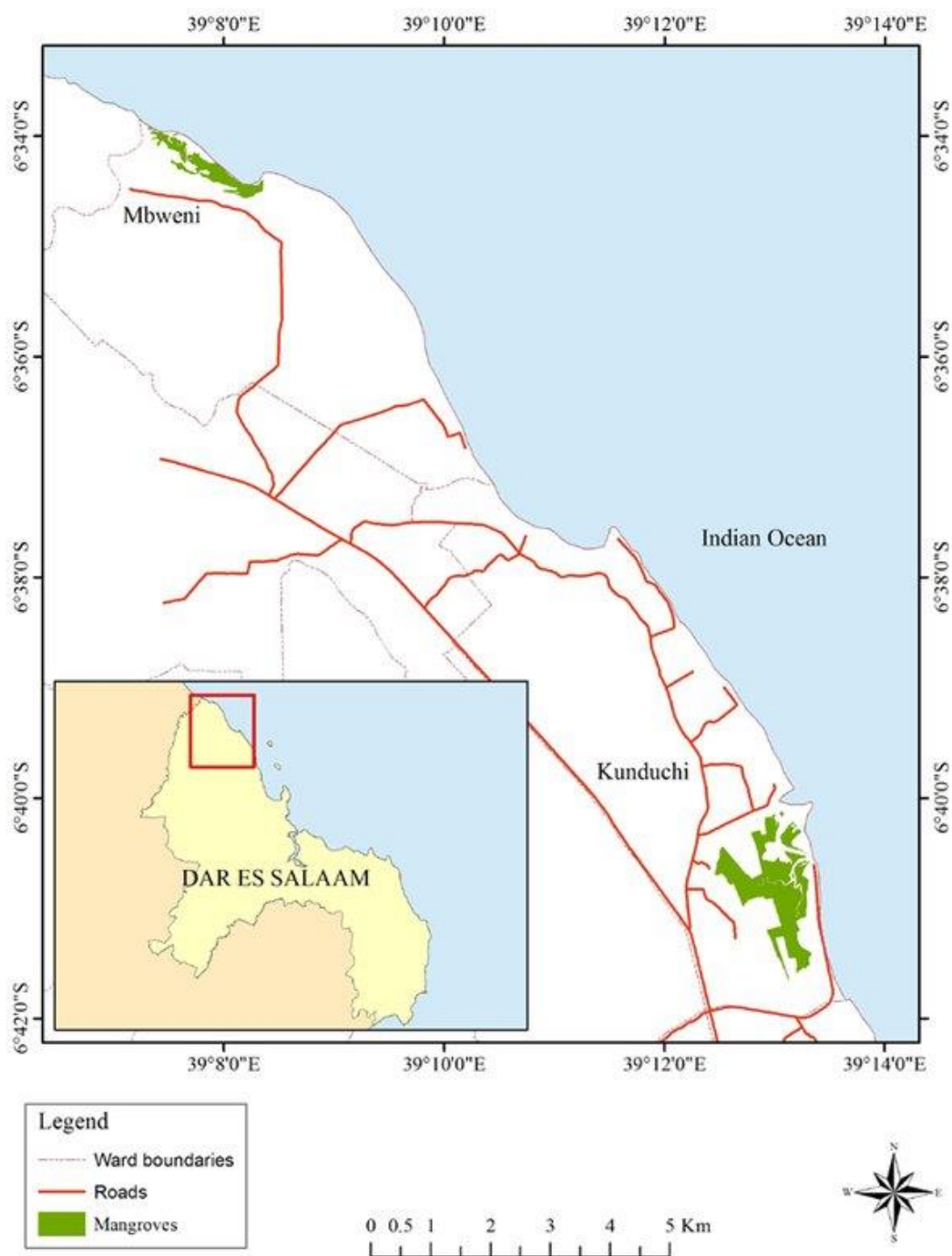
Les gustan los cambios	Nº mujeres	Porcentaje
NO	294	91,9
SI	26	8,1
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100</b>

**ANEXO 3. Mapas.**

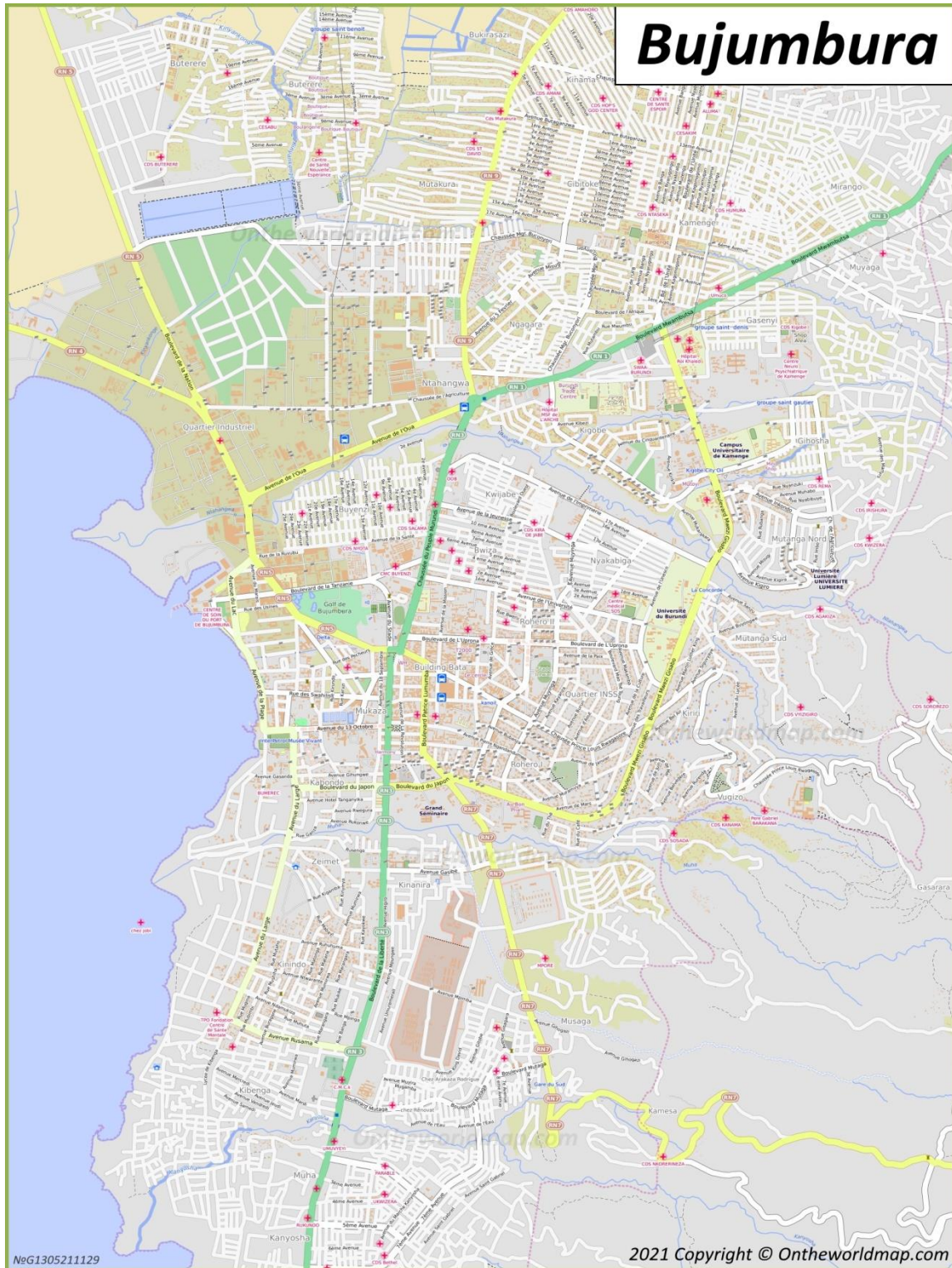
Mapa de la región de África del Este, con los países objeto de estudio (Tanzania, Burundi, Uganda, Sudán del Sur y República Centroafricana).



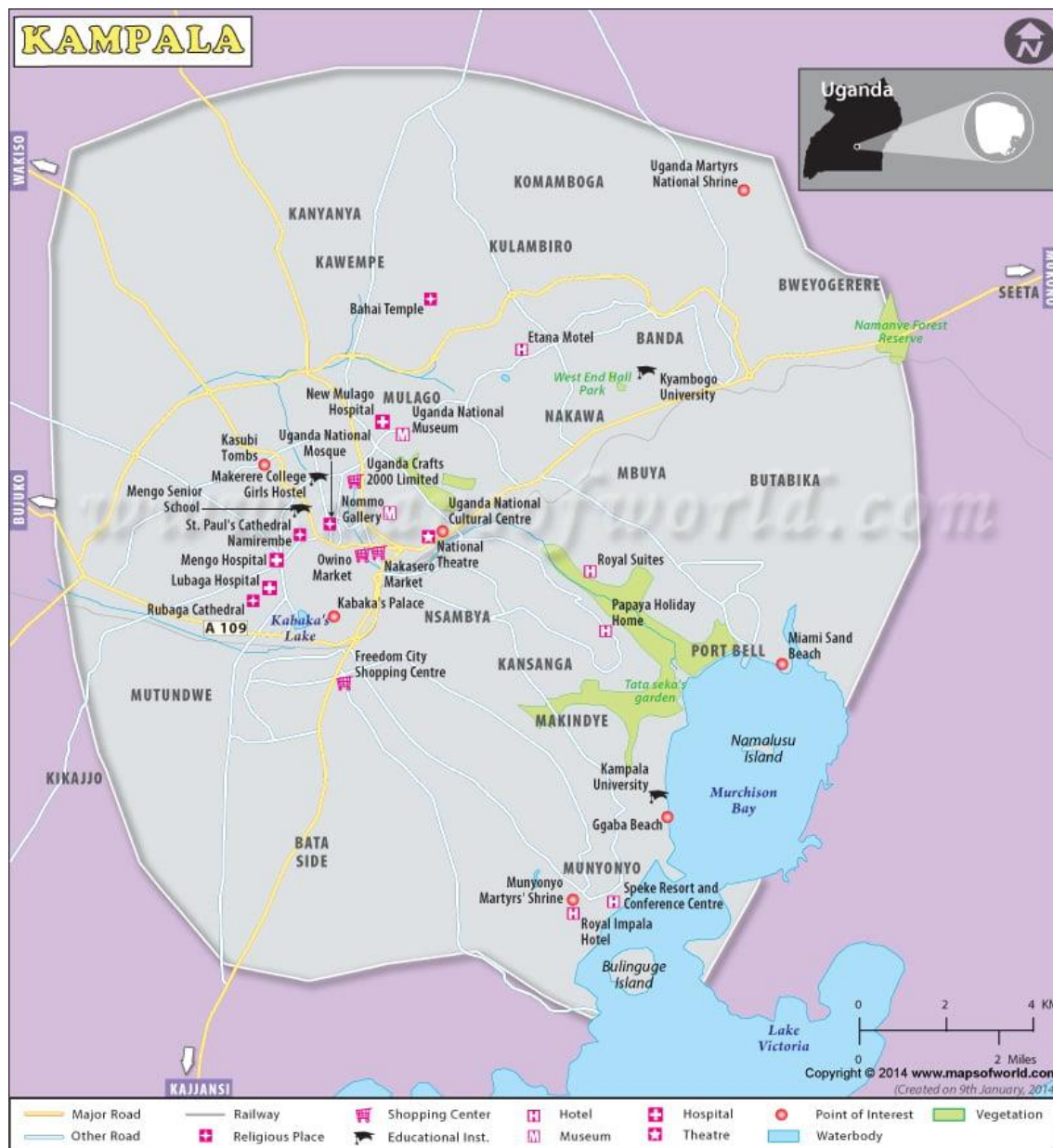
Mapa de Kunduchi. Inscrita en el distrito de Kinondoni en Dar es Salaam (capital de Tanzania).



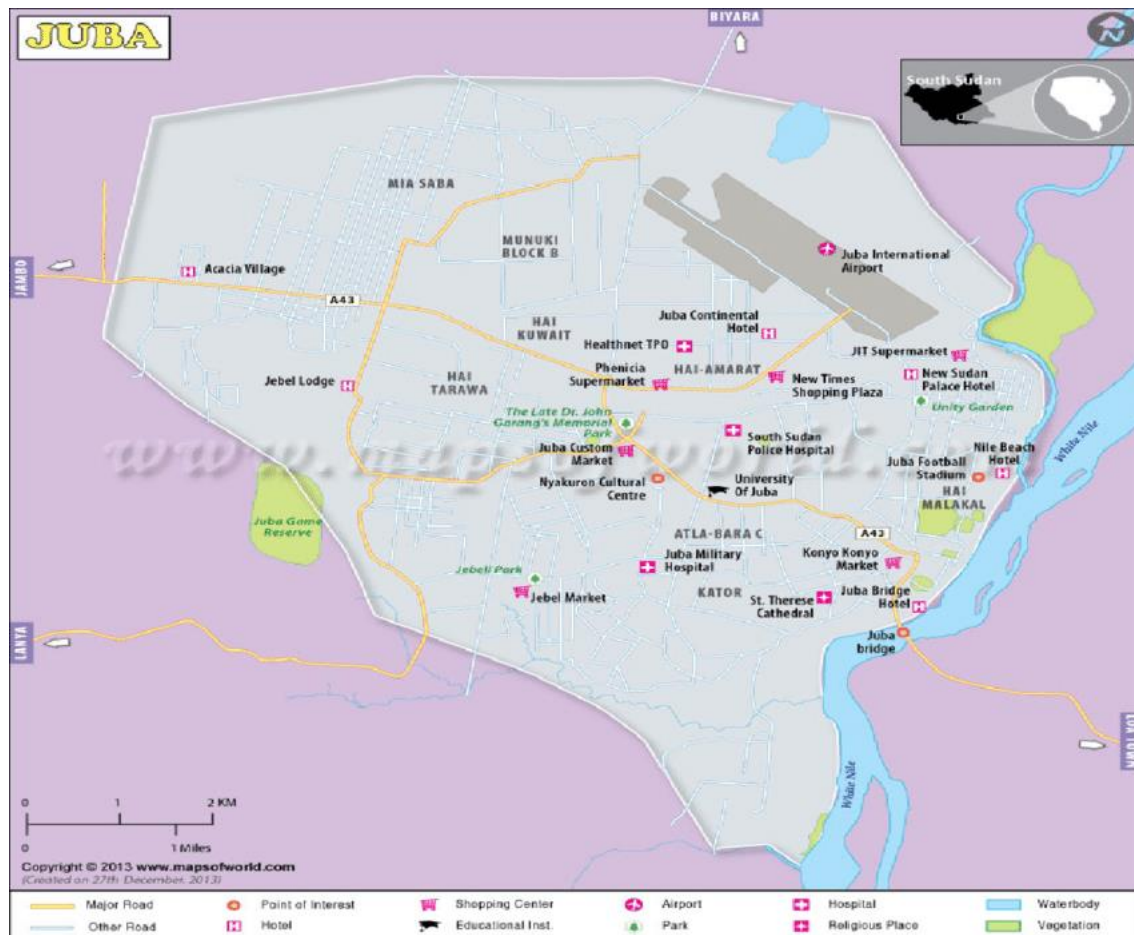
Mapa de Bujumbura (capital de Burundi).



### Mapa de Kampala (capital de Uganda)



### Mapa de Juba (capital de Sudán del Sur).



Mapa de Bangui (capital de la República Centroafricana).

