

LABOUR MARKET
AND ENTREPRENEURSHIP
OVERCOMING GENDER STEREOTYPES

● ILLUSTRATED PROJECT REPORT

ILLUSTRATED PROJECT REPORT



This project is co-financed by the European Commission, DG for Employment and Social Affairs. The work contained herein does not reflect in any way the opinions of the Commission nor is it responsible in any way for the use of the information; this is the sole responsibility of the authors.



Final European Conference with the patronage of European Parliament Committee on Women's Rights and Gender Equality (FEMM).
February 2006





LABOUR MARKET AND ENTREPRENEURSHIP OVERCOMING GENDER STEREOTYPES

ILLUSTRATED PROJECT REPORT

Awareness Raising Measures and
Transfer of Experience



This project is co-financed by the European Commission Programme/Strategy on Gender Equality (2001-2005), DG for Employment, Social Affairs and Equal Opportunities.



Labour Market and Entrepreneurship Overcoming Gender Stereotypes

A Transnational action plan promoted
by Business Women and Gender Equality Organisations

This project has been carried out by AFAEMME Association of Organisations of Mediterranean Businesswomen (Barcelona, Spain) in association with:	KARAT Coalition (Central and Eastern Europe) WAD - Women's Alliance for Development (Bulgaria) SEGE - Greek Association of Women Entrepreneurs (Greece)
With the co-financing of the:	European Commission, Directorate General for Employment, Social Affairs and Equal Opportunities. The work contained herein does not reflect in any way the opinions of the Commission nor is it responsible in any way for the use of the information; this is the sole responsibility of the authors.
Chair Committee:	M ^{re} Helena de Felipe Lehtonen (President of AFAEMME) Philippe Lambert (Project Director)
With the support of:	Elizabeth Villagomez PHD (Content) Noa Susskind Research Assistant (Content) Anita Seibert PHD (Content)
Design and layout:	Lourdes Acedo/Victor Escandell (Illustrations)
Special content collaboration from:	Jurate Puidiene (Kaunas Women's Employment Information Center), Agne Margeviciute (Kaunas Women's Employment Information Center), Christina Vasila (Industrial Relation & Labour Legislation officer from Cyprus Employers and Industrialist Federation OEB), Külliki Luks (BPV Business and Professional Women), Terezia Borosne Bartha (Confederation of Hungarian Employers and Industrialist), Edite Kalhina (Chairwoman of Coalition for Gender Equality, Latvia), Inese Kikule (Deputy Co-chair), Inete Ielitte (Member of the Board - Coalition for Gender Equality, Latvia), Kristine Dupate (Member of the Board - Coalition for Gender Equality, Latvia), Charlotte Gregory (Malta Association of Women in Business), Mariana Petcu, Ioana Manaila, George Breazu of AUR (National Association of Human Resources Specialists), Jana Javornik (Individual expert), Stanimira Hadjimitova (Gender Project Bulgaria Foundation) and Ewa Li- sowsha (PHD on Entrepreneurship)
Translation	Paola Tatiana Horvath Solis

ILLUSTRATED PROJECT REPORT

Index

How was the Project performed?.....	4
To what extent did the project meet the objectives set?.....	14
What was the transnational dimension of the project/number of partners/participants?.....	15
What was the partners' contribution?.....	16
What was the added value offered by the project?.....	18
How was the project presented to the public and how were the results disseminated?.....	20
Did the target audience participate in the project and was it aware of it?.....	22
What other efforts were made to ensure that the project had long term impact?.....	23
What lessons were drawn from this experience?.....	24
Will the project be followed up and, if so, how?.....	26

Índice

¿Cómo fue realizado el proyecto?.....	32
¿En qué extensión se alcanzaron los objetivos propuestos por el proyecto?.....	42
¿Cuál fue la dimensión transnacional del proyecto/ número de socios / participantes?.....	43
¿Cuál fue la contribución de los socios?.....	45
¿Cuál fue el valor agregado ofrecido por el proyecto?.....	46
¿Cómo fue presentado el proyecto al público y cómo fueron diseminados los resultados?.....	47
¿Participó la audiencia objetivo en el proyecto y estuvo estaba enterado de él?	48
¿Qué otros esfuerzos fueron hechos para asegurar que el proyecto tuviese impacto en el largo plazo?	50
¿Qué lecciones fueron aprendidas de esta experiencia?	51
¿Se le hará seguimiento al proyecto y, si es así, cómo?	53

How was the project performed

The project called "Labour market and entrepreneurship overcoming gender stereotypes" which AFAEMME carried out as International Promoter was a transnational action plan promoted by gender equality and businesswomen organisations, supported by the European Commission, that counted with the collaboration of the KARAT Coalition (formed by organisations from Eastern Europe and from some former Soviet Union countries) and two national partners WAD: Women's Alliance for Development and SEGE, Greek Association of Women Entrepreneurs. The project was a result of the requirements of the present partners in the frame of the European Union, but it was also built on previous collaborations among businesswomen associations on one hand, and gender equality partners on the other.

The rationale of the approach is based on the experience of AFAEMME leading projects on a transnational scale with the support of its partners, in particular KARAT Coalition, and of the national organisations producing studies and assessments on regional scale. The methodology included both desk research and fieldwork. The three key activities that were identified and which underpinned the progress of this project were:

a. The development and production of gender material related to overcoming the obstacles that women face in the labour market and in entrepreneurship through 12 national studies from new EU members states and candidate countries: Lithuania, Estonia, Czech Republic, Hungary, Bulgaria, Romania, Latvia, Slovakia, Slovenia, Poland, Malta and Cyprus and 1 global study on awareness raising measures for the European Commission were compiled. This work was aided by 2 National Focal Point meetings held in Poland and in Spain.

Strengthening active partnership of Gender Equality and Businesswomen organizations to increase their capacity to access to decisions on economic policy. This unique project combined the experience and expertise of Gender Equality and Businesswomen associations, allowing them to exchange ideas and strengthening links, developing a strategy of transnational cooperation in particular between the two national networks of the Promoter and the key partner: Mediterranean and Central Eastern Europe.



M^{rs} Helena de Felipe Lehtonen and "Labour Market and Entrepreneurship Overcoming Gender Stereotypes" project partners./Photo: Lourdes Acedo

This activity was principally aided by two International meetings in Greece and Bulgaria and a final large-scale European conference where the results of the studies on a Community level were presented and disseminated.

c. Increasing awareness and understanding among decision-makers and media on gender stereotypes in the economic life through a communication campaign with press releases of events and project progress updates to numerous contacts, through Web site pages dedicated to the project and the edition of the magazine "Fair Play" dedicated to women in the labour market and women's entrepreneurship; and through the reporting on the implementation of the project.

1.2 The development and production of gender material

The First International Meeting of European Businesswomen and Gender Equality Organizations took place on the 11th and 12th February 2005 in Warsaw, Poland and was organized by KARAT Coalition, to fulfil the purposes of the project "Labour Market and Entrepreneurship overcoming stereotypes" in which they were also participating. The organisations were briefed on the main activities of the project and of their role to promote gender equality in the economic field and advance on their influence on economic policies.

In this first meeting, AFAEMME introduced the project in detail to the twelve participating countries. They were informed about all the activities planned for the year (report rese-

arch, press activities, the "Fair Play" magazine and the future workshops). The organizations participating in the project from the specified countries, as well as the international promoter - AFAEMME - and the regional and national partners had the opportunity to exchange views and discuss and formulate the methodology for the studies. During the presentation the project on "Labour Market and Entrepreneurship -Overcoming Gender Stereotypes - Transnational Action Plan Promoted by Gender Equality and Business Women Organizations" was also introduced to the National Focal Points.

The following project objectives were outlined:

1. Development of the capacity of the Gender Equality and Business women Organizations.
2. Promotion of efficient gender equality in the economic life and advancement of their influence on the economic policy.

The presentation also described expected outputs of the project, which included:

- a. 12 national studies on the obstacles that women face in the labour force and entrepreneurship because of the gender stereotypes, and monitoring the implementation of gender equality directives and EU Employment strategy at national levels.
- b. Publication of two issues of Fair Play Magazine as part of the project's activities. The first issue was published in June 2005 and the second one in February 2006. The history,

the first workshop which followed the 1st National Focal Point meeting that took place in Warsaw in February, 2005.

The two-day meeting paid particular attention to what the women from the 10 new Member States and 2 candidate countries had to say about the situation in their countries. In doing so, real experiences were used to try to solve some of the problems that women still have to face today in the labour market and family life.

During the Workshop A "Discussion to develop strategies and mechanisms of project dissemination to increase awareness among decision-makers", Angelina Heerens, officer of EuropeAid Co-operation Office (AIDCO), European Commission, highlighted the different processes that should be followed in projects like the one being carried out in order to reach decision or policy makers, through dissemination of information and the use of the press and other media. It was clear that the need to improve the economic situation of women drives Mediterranean Businesswomen associations to work together with gender equality



Mrs. Anita Seibert program manager of Karat Coalition. Project meeting in Thessaloniki -Greece- on 8th -9th April 2005./Photo: Lourdes Acedo

and businesswomen organisations in the rest of Europe, thereby linking Eastern and Western Europe and working for the same cause.

Donatella Orioli described her job as Regional Counsellor of Equal Opportunities in Italy. She reported to the Ministry of Employment in Italy whose main aim is to act as an advisor on gender equality issues. Some of the problems she dealt with are related to discrimination. For that purpose she held meetings with the Commission of Equal Opportunities in Rome and she had to be up to date concerning regional laws to report them to the upper levels. She was in charge of promoting positive actions such as introducing women to new job fields, helping them to become self-employed, supporting them to combine work and family life. She is responsible for presenting some other new projects to improve the situation of women, and to this end, promoting gender equality culture.

Finally Mrs. Liene Liekna, Member of the Free Trade Union of Latvia talked about the influence of women working in trade unions on local policies.

During the Workshop B "Discussion to develop strategies and mechanisms of project dissemination to increase awareness among the

media", Mr. Valdas Dambrava, of the Equal Opportunities Ombudsman Office of Lithuania made a presentation. He gave an outline of his experience as a counsellor of media, directing them to integrate gender equality criteria in their products. Mr. Dambrava described some very useful points in order to gain effective communication with the media. After his presentation, the participants were engaged in a discussion about their experience on relating with media. The general feeling was that it was quite difficult to make gender issues part of the informative agenda, so they were able to take advantage of Mr. Dambrava's experience by asking him about the best ways to reach media.

Mrs. Agne Narusk, Editor of the Estonia Daily Newspaper Eesti Päevaleht focused her speech on the inequality between salaries for women and men and discrimination of young women in accessing jobs due to potential pregnancy.

The second project workshop meeting took place from October 14th to 16th 2005 in Bulgaria, where it was discussed the developed of a strategy and common actions to achieve participation and representation of gender equality and businesswomen organizations in economic life with the social actors, local authorities and other organizations.

This would further strengthen active partnership of gender equality and businesswomen organizations and their capacity to access decisions on economic policy.

During the Workshop A "Discussion to deve-

lop strategies and mechanisms of project dissemination to increase awareness among decision-makers", Mrs. Cristina Liana Oltenau, Counsellor on Integration Ministry of Labour, Social Solidarity and Family Department of Social Care and Family Policies (Romania); and Mrs. Birgit Arens, Advisor EUROCHAM-BRES Association of European Chambers of Commerce and Industry showed the results of the surveys of the project "Women in Business and in Decision-Making" and the positive actions they had implemented in the frame of the project, explaining the overall background on which the activities were initiated.

Mrs Carmen Stanila - CIPE Romania talked about CIPE Romanian Project - Creating regional coalition of business women associations.

During the Workshop B "Discussion to develop strategies and mechanisms of project dissemination to increase awareness among the media", Mrs. Annegret Witt Barthel- European Coordinator of the International Federation of journalists' Gender Council (Germany) debated about portrayals of women in the media: how to promote the appropriate one.

Mrs Solveig Schmidt - Chair of the Gender Council in the International Federation of Journalists (Denmark) showed the role of the media in the society and the role of the reader/viewer.

Mrs. Ana Alfageme - Responsible for Social Affairs- EL PAÍS (Spain) talked about Gender & Media in Spain during 20 years of European Integration.



Mrs. Angelina Heerens, officer of EuropeAid Co-operation Office (AIDCO), European Commission. Project meeting in Thessaloniki -Greece- on 8th -9th April 2005./Photo: Loures Acedo

1.4 Increasing awareness and understanding among decision-makers and media on gender stereotypes in the economic life.

AFAEMME, with the support of its key partners and the NFPs concentrated heavily on this activity as it was seen as vital for the visibility of the project and its future success in terms of the effect its information, recommendations and educating people about the gender issues in Eastern Europe and the effect it could have on improving European policies.

Project Meetings

Four workshops took place in Greece (April 2006) and Bulgaria (October 2006) which were set out to develop strategies and mechanisms for the dissemination of the project to increase awareness among decision-makers and the media. It was arranged that certain key figures from the media and from decision making roles spoke before launching a general discussion between the NFPs and the participating guests. The outcome was a list of strategies and points of advice which were later distributed to each participant in the meeting.

Strategies to increase awareness among deci-



Second project workshop meeting in Bulgaria organized for 14th-16th October 2005.



Mrs. Birgit Arens, Advisor of Eurochambers at the second project workshop meeting in Bulgaria organized for 14th-16th October 2005./Photo: Lourdes Acedo

sion makers and media:

- a. Use EC legislation and instruments.
- b. Accelerate extra and intra regional exchanges and strengthen networking.
- c. Involve men and young people in each organisations and tell them about its results.
- e. Work with associations or Institutes which have a very strong influence at a ministerial level e.g.: in Spain the Instituto de La Mujer is very influential.
- f. Get to know your European Parliament MP and solicit them to ask questions to the European Commission which the EC are always obliged to answer.
- g. The necessary pressure from civil society to move governments towards gender equality goals.
- h. Recommend the use of gender budgeting in the execution of EU funding.
- i. Write reports in a user friendly manner, in

particular for the EC.

j. In the press releases, answer questions like: what, when, where, who, why, how much?

k. Add quotations from VIP's or other experts.

l. Include data and statistics - journalist make very good use of this and it is necessary, clear statements should be made of the use to Person/Community/State/World etc... when initiating a new project.

ll. Press releases have to be well thought out and contacts should be used.

The final meeting in Brussels, where there was a numerous media representation from National and European newspapers, radio and TV covering the launching of the reports also contributed in this area.

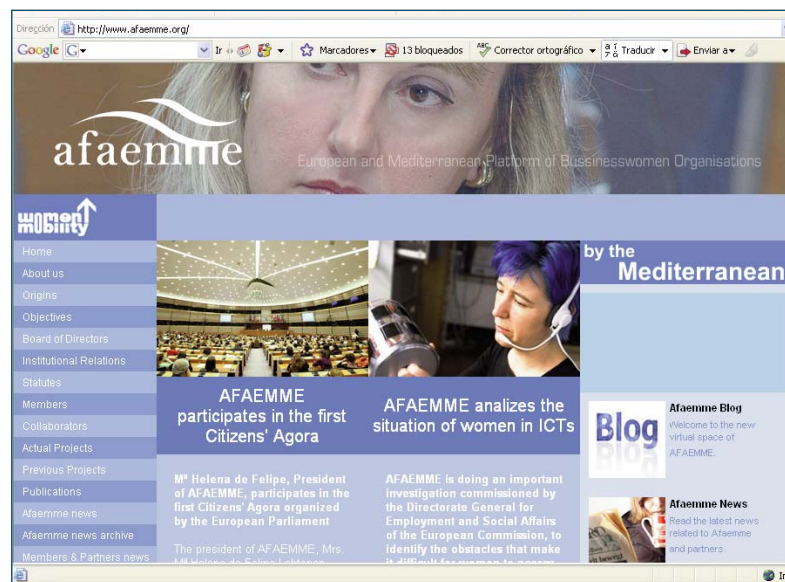
Key Dissemination Activities

During the meeting in Greece described above a press conference was held to inform the Greek and European press about the project and the event. The Press Conference was attended by numerous media, particularly Greek, from national, businesswomen and financial newspapers. The presentations began with a welcoming of Mrs. Frideriki Voukali, President of SEGE, association organising the meeting. During the presentation speakers described the project in detail to the Press and gave some information about their own organisations. It was helpful to explain the importance of International projects for associations and in connection to that, the importance of networking in these projects in or-

der to achieve successful results taking advantage of the new framework in the European Union. Some of the participants also gave details about previous projects concerning women issues.

AFAEMME, with the collaboration of its partners and the participating NFPs, created three databases for Gender Equality and Businesswomen associations and organisations, Institutions (EU bodies, national and local government) and the Media in the 27 Member States of Europe, in accordance with Data Protection laws. A communication campaign was adopted to inform these contacts about the progress of project and the important international meeting events which form part of it. In terms of increasing awareness among the media, 40 articles were published about the project both in the local press and in Web sites of 15 out of the 27 countries of the European Union.

It has been found that the most successful method for disseminating information has been through a newsletter (Project Bulletin Update) as it was sent to a large number of contacts, and, as it was not an attachment but rather a HTML formatted image contained in the body of the mail, it was easier for the recipient to see and take notice. The Project Bulletin Update was aimed at all national and regional authorities, governments, NGOs, universities, individual citizens, companies, associations, European institutions and national parliaments involved in the questions of gender stereotypes in the European Union. A telephone calling campaign following the first mailing of the first issue confirmed that it



AFAEMME web page

was well received. The table below shows the number of contacts that have been sent these bulletins. AFAEMME sent 4 more Project Bulletin updates over the rest of the year and these bulletins follow the international meetings taking place.

Fair Play Magazine and Web site pages

Fair Play was born to provide a forum for

members of the Karat Coalition countries to exchange ideas and good practices to improve social, economic, political and social conditions for women. After 3 years the image of the magazine was renewed thanks to the funding provided by the European Commission through this project.

The NFPs were encouraged by Mrs. Pavlina

DISSEMINATION BY AFAEMME PROJECT PROGRESS E-BULLETIN

Language	Warsaw Feb. 2005	Thessaloniki Apr. 2005	Barcelona July 2005	Sofia Oct.2005	Bruxelles Feb. 2006
English bulletin recipients	391	867	801	985	1100
Spanish bulletin recipients	89	127	122	134	401
Total n° recipients	480	994	923	1119	1501
Annual % of Increase of UE e-Bulletin Recipients					312,71%

Filipova, President of WAD (Women's Alliance Development) from Bulgaria who is leading the publication of this magazine, to send her articles, photographs and all kind of material in order to include in the June issue which is almost finished. This magazine hopes to provide a fresh vision of gender equality issues through real experiences and examples and will describe the project progress in detail.

KARAT Coalition and AFAEMME have dedicated special Web site pages to the project to aid the dissemination of information and awareness of this project. These can be found in their Web sites: www.karat.org and www.afaemme.org.

AFAEMME also encouraged the other associations party to the project to do the same with their Web sites, those which have sites are starting to do this.



Fair Play Magazine

To what extent did the project meet the objectives set?

The main objective of this project as stated in the agreement was "to develop the capacity of the gender equality and business-women organisations to promote efficient gender equality in economic life and advance their influence on economic policy". The three key activities previously mentioned were also stated in the agreement and were identified by AFAEMME as the way to achieve this objective.

The project was born with the idea of improving the understanding of the issues underlying gender equality and equal opportunities in order to enhance opportunities in the



fields of employment and entrepreneurship in this area of Europe; to strengthened gender equality and business women organizations and their active partnership in influencing decision makers on social and economic policy and to improve the general economic status of women by making a series of recommendations to policy makers has been indirectly improved. The main trends found in the reports presented here coincided, and also

shed a new light on the reports and studies done by the European Commission (EC) and European Parliament (EP) and to documents from other international institutions (such as UN or OECD) comparing analysis of women's employment situation or on women entrepreneurs, that had recently been published. This was achieved in particular through the case studies prepared by the focal points in each of the New Member States (NMS).

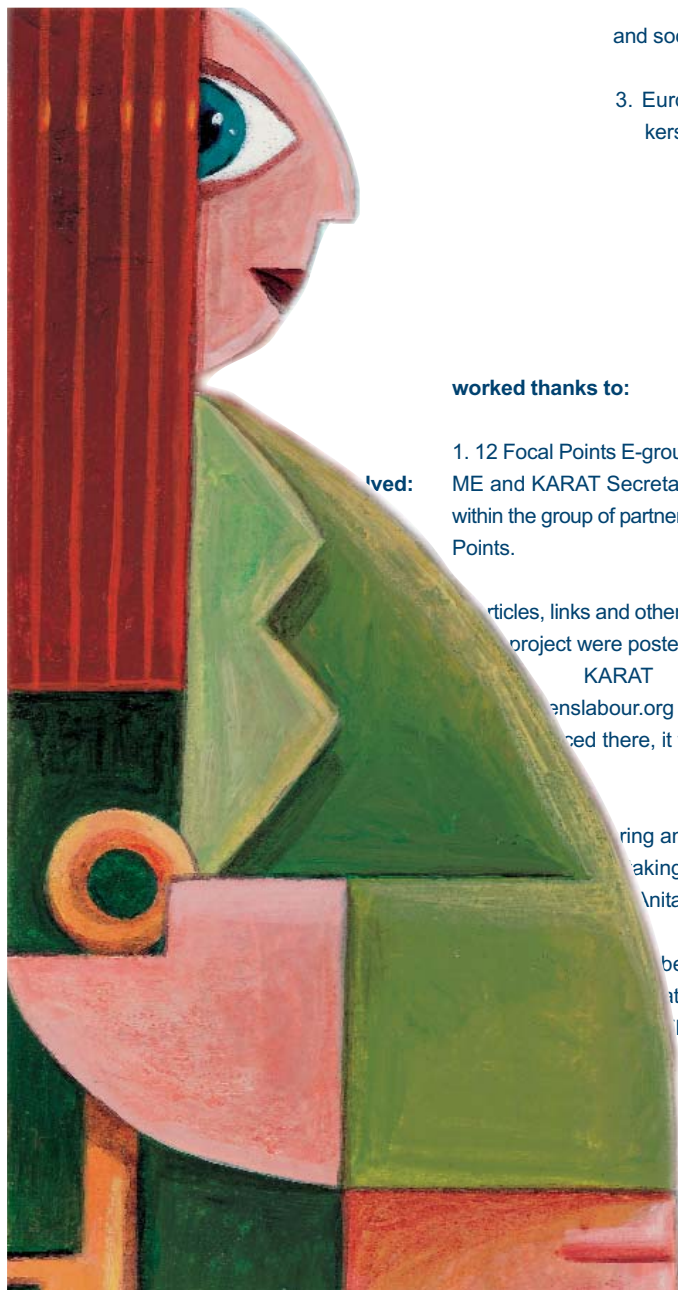
What was the transnational dimension of the project/number of partners/participants?

AFAEMME worked in partnership with important organizations in Eastern Europe - KARAT Coalition, WAD - Women's Alliance for Development (Bulgaria) and in the Mediterranean with SEGE, Greek association of Women Entrepreneurs (Greece) to implement a project of one year duration. The National Focal Points were gender equality and business women organizations from the ten new EU member and acceding states: Lithuania, Estonia, Czech Republic, Hungary, Bulgaria, Romania, Latvia, Slovakia, Slovenia, Poland, Malta and Cyprus.

Gender Equality NGO involved

1. Gender Project for Bulgaria Foundation (Bulgaria)

2. Women's Alliance for Development (Bulgaria)
3. Coalition for Gender Equality in Latvia (Latvia)
4. Karat Coalition (Poland)
5. "AUR" National Organization of Human Resources Specialists (Romania)
6. Alliance of Women in Slovakia (Slovakia)
7. Jana Javornik-Independent expert (Slovenia)



and social partners.

3. European decision-makers and media.

4. EU bodies (European Commission, DG Employment and Social Affairs)

The transnational communication

worked thanks to:

1. 12 Focal Points E-group set up by AFAEM-ME and KARAT Secretariat to communicate within the group of partners and National Focal Points.

articles, links and other information relevant to the project were posted on the website run by the KARAT Secretariat (translabour.org). Once any information was posted there, it was notified through

regular meeting and contact among all partners taking part in the project coordinated by Anita Seibert.

to be covered in each of the National Focal Points to be coordinated by Elizabeth.

an online data base - information gathered by Anita

to inform persons for the labour market and entrepreneurship provided with the na-

mes of experts from their countries.

7. Fair Play Magazine was a good communication tool for all the countries involved.



What was the partners' contribution?

The contribution of the partners was clearly shown in the Organisation of the activities, all of which were carried out successfully. The main activity was to increase awareness and understanding between the people responsible of the decision making and the media on gender stereotypes in the businesses world. The first activity was the development and production of gender material referring to the

overcoming of the obstacles that women face in the labour market and in entrepreneurship, and on how to influence economic policy. The second group of activities was related to the consolidation of an active association between gender equality and businesswomen organizations and the development of their capacity to gain access to the people in charge of the decision making.

What was the added value offered by the project?

The transnational European added value of the project was its unprecedented relationship between two main networks - AFAEMME and KARAT Coalition - organized in the new EU Members, the candidate countries and the Mediterranean EU states as well as the unprecedented relation between entrepreneurs and employees justified on the following consideration: it was very interesting to have women from different advocacy and issues together and to face common problems, to increase their capacity and awareness, and to work towards improving the economic status of women.

The problem which was of most concern to leading organization: KARAT Coalition as a regional Central & Eastern coalition was the fact that the entry to the EU by the 10 new member states may lead to the erosion of regional solidarity, identity and co-operation between women's organizations from the Central & Eastern region.

This was extremely concerning due to the fact that shared communist legacy and historical experiences of the Central & Eastern region requires such co-operation not only because the problems experienced by women from different countries of the region are very similar, but also because effective overcoming of those problems and the advancement of gender equality in the different Central & Eastern countries requires very similar mechanisms

related to advocacy, monitoring, and co-operation with governments and media etc.

Hence a project focusing on new EU countries, and further involving existing EU states, was very much needed in the region. This project, rather than weakening the link between women from Central & Eastern region, led to recommendations for the improvement of the situation of women from new EU member states and candidate countries and has also strengthened cooperation between those countries (and particularly between women entrepreneurs and women's rights advocates) and old EU countries, especially from the EU Mediterranean region.

Such cooperation between the new EU countries and the old EU countries was particularly needed because relatively young civil sector in new EU member states and candidate countries could learn for the experiences of older democracies of existing EU states, while at the same time sharing experiences gained not only during last decade of extremely fast economic change but also knowledge and experience gained in the pre-1989 past.

"Women from the South can learn a lot from women from the East". This approach has challenged stereotypical approach (common among EU structures but also NGOs and EU citizens in general) that the learning and benefiting will be one way only. Meaning that it is

women from the "East" who will benefit from the EU enlargement and learning from more experienced feminists and activists from older EU states. However women from the "East" have a lot of knowledge, experiences, and expertise to offer. Women from the "East" have a longer history of participating in the labour market and being economically independent (women of all ages, including women of post-reproductive age have been participated in labour market for over 50 years now).

They also have longer tradition of having access to politics, education and decision-making. This of course does not mean that they have less experience with discrimination. Women's organizations in the "East" are still relatively young, and therefore generally are characterized by flexibility, dynamism, enthusiasm and lack of rigid and constraining bureaucracies and structures. They are also very aware how much they achieved in last decade and how important is their role in insuring gender equality.



How was the project presented to the public and how were the results disseminated?

After various international meetings in Warsaw, Thessalonica, Barcelona and Sofia the main Associations of businesswomen and Gender Equality that formed part of the project finalised the series of international workshops that took place in 2005 in the final large-scale conference in Brussels, held on 23rd February 2006, the results were presented on a Community level to support and promote active partnership and dialogue and further integration with new associations from all over Europe.



Mrs. Fatima Ribeiro, Policy officer of European Commission's Unit on Equality for Women and Men at the Final Large Conference' speakers. European Parliament -Brussels- 23rd of February./Photo: Lourdes Acedo

Dr Anna Záborská - Chairwoman of the Committee on Women's Rights and Gender Equality (FEMM) European Parliament, sponsored the event and delivered a speech about strengthening Gender Equality between Women and Men through the European Parliament. Different personalities belonging to the Committee on Women's Rights and Gender Equality of the European Parliament, as the Dr. Anna Záborská (FEMM), Mrs. Fay Devo-

nic from the Unit of Equality between men and women of the European Commission, Mrs Jeanne Schmitt, Consultant of the Department of Social Affairs of the UNICE and Mrs. Sinead Tiernan, advisor at the ETUC, participated in the Conference.

On behalf of AFAEMME, Mrs. Elizabeth Vilagómez and Mrs. Noa Susskind, external consultants that worked on the content of the reports, spoke about the main objectives and results of the project.

Further more, the Fair Play magazine was a complement to the reports prepared during the project. It presented a more practical view on the situation of women on the labour market on contrary to the analytical approach of the reports. In particular it promoted good practices, presented women's experiences on the labour market in each of the countries ta-



Final European Conference with the patronage of European Parliament on 23rd of february in Brussels.



Final Large Conference' speakers. European Parliament -Brussels- 23rd of February./Photo: Lourdes Acedo

king part in the project, case studies, advertise women's businesses as well as publish up to date information about events relevant to the project. Each of the organizations taking part in the project was invited to contribute to both issues by preparing articles, interviews or recommending women's businesses to be advertised in the magazine.



Mrs. Anna Záborská, chairwoman of the Committee on Women's Rights and Gender Equality (FEMM) at the Final Large Conference' speakers. European Parliament -Brussels- 23rd of February./Photo: Lourdes Acedo



Final Conference in the European Parliament - Brussels - on 23rd of February.7Photo: Lourdes Acedo

Did the target audience participate in the project and was it aware of it?

Project participants agreed that it was crucial to think strategically while writing the reports, in the sense that the reports should not be long but informative, useful for lobbying and should attract the target group.

Despite the fact that the strategy of using the reports for lobbying activities was planned as one of the main objectives, the following key points for lobbying activities were also pointed out:

1. Events in which the studies can be showcased and the recommendations made to national, regional and local governments in each country.

2. Events in which the global report can be showcased and the recommendations made to EU bodies (Commission, European social partner organisations).

3. Alliances with trade unions, employer's organizations, parliamentarians and other stakeholders to lobby for the changes contained in the recommendations.

The group reached a list of key strategies and mechanisms for increasing awareness among decision makers.

1. Use EC legislation and instruments.

2. Bring new actors in the scenario (new

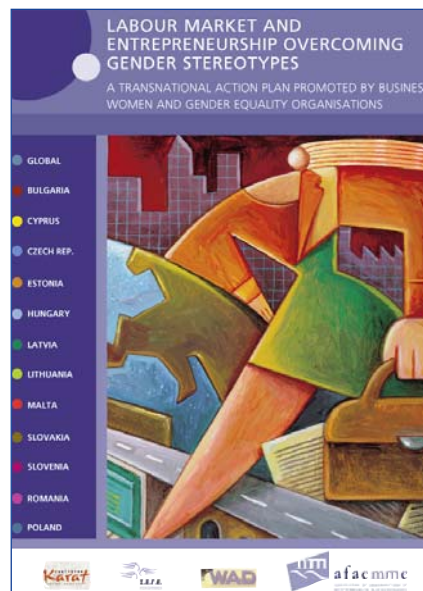
alliances, more women's organisations and networks and more women in politics involved).

3. Foster extra and intra regional exchanges and strengthen networking.

4. Develop a regional communication strategy.

5. Involve men and young people in your organisations and tell them about your results.

6. Work with associations or Institutes which



Cover of "Labour Market and Entrepreneurship Overcoming Gender Stereotypes"

have a very strong influence at a ministerial level e.g. In Spain the Instituto de La mujer is very influential.

7. Influential partners can also be Human Rights organisations.

8. Speak to your local Counsellor.

9. Get to know your European Parliament MP and solicit them to ask questions to the Euro-

pean Commission which the EC are always obliged to answer.

10. "Without NGOs the politicians would do nothing" (Kinga Lohmann).

11. Find out about the Govt budget - "Gender budgeting", how much is available for social issues in particular gender issues.

12. "Make the reports to European Commission

What other efforts were made to ensure that the project had long term impact?

During the second National Focal Point Meeting organized by AFAEMME in Barcelona, a debate between the NFP took place about the following issues:

a. Apart from the European Commission, it was considered important to widen the range of bodies that should be reached in order to increase awareness amongst decision makers. Different kind of European organisations relating business, economical and gender issues, as well as other organisations not only at a European level were proposed.

b. The NFP presented their suggestions about the recommendations to be made and that were included in the final report which was handed in to the European Commission.

c. Three databases for Gender Equality and

Businesswomen associations and organisations, Institutions (EU bodies, national and local government) and the Media in the 27 Member States of Europe have been created and the dissemination of press releases and Project Bulletins to these contacts.

d. The results in terms of Web page articles and press publications in 15 countries of the EU were shown to the meeting participants and everyone was asked to help in obtaining more contacts for the databases and by sending copies of publications. This activity was seen as vital for the visibility of the project and the future success of the project in terms of the effect its information and recommendations can have on educating people about the gender issues in Eastern Europe and the effect it could have on updating European policies.

What lessons were drawn from this experience?

The NFP and new Member State partners were new to this type of trans-national projects. This, together with the lack of funding from other sources, represented a few problems in the implementation of the project, such as changing meeting dates.

On the positive side, it was interesting to note - from the presentation of each country - that some common obstacles could clearly be seen:

a. The Eastern European countries have laws regarding gender equality but they are not being enforced.

b. There is a large informal labour market which decreases women's access to regulated, quality employment, as many companies try to avoid paying taxation and social security benefits for workers.

c. There is a great pay difference between women and men for same work which is even larger in the higher positions.

d. Reconciling family and work - the social structure and many jobs do not provide for working women with children, no options are given to job share or do part-time work, child care facilities are very poor.

e. Women entrepreneurs who wish to start a business experience face great difficulty in

getting finance - (some need their husband's signature!).

f. "Intrapreneurship" is being counted as entrepreneurship. In fact they are self employed people working for a specific company, and do not have their own business employing people. This is also known as dependant self-employment.

g. The "Glass ceiling" exists which hinders women in a company, for instance, to only reach so far and not ascend to senior management which may be a men-only club, this can also be referred to as a "sticky floor" particularly in cases when women are 'locked' into lower levels of positions in the company.

Some of the reports have been written by NGO's from the specific countries and all of the case studies and examples of stereotypes have been prepared by the NFP so that they actually reflect the situations in their countries better than anyone else. They also defined future grounds of study:

a. Need to improve the economic situation of women.

b. Need to monitor some employment policies

c. Need to link women entrepreneurs and employees.

d. Need to promote cooperation between old and new European countries.

e. Need to strengthen regional collaboration.

With the results obtained some similarities could be found concerning structure, case studies, approach, data, links between employers and employees but also some differences such as availability of data, focus of the organisations, etc.

Some of the main themes, presented in the final large-scale conference in Brussels, and that can be found more developed inside the reports are the following:

a. The income differences with men, the lack of recognition in the benefit and tax systems of women's unpaid work

which is essential for social reproduction and the lack of adjustment of these systems to new social realities such as the growth of single parent households.

b. The economic and social changes in the NMS have had negative consequences on the opportunities for women that many times that convert them into inactive or discouraged workers or trap them in unprotected, low-skilled jobs.

c. Reconciliation of work and family life is closely tied with the modernisation of firms in both the new and old MS, but in the new MS some very strong stereotypes of what women's place in society is still have to be resolved and addressed from the public policy area.

d. The situation of women entrepreneurs is not well documented. There are gaps, for example, in the knowledge of what the real position of women entrepreneurs as self-employed is like, although the case studies and stereotypes provided by the national collaborations have been very important in identifying some of the main issues of why women become self-employed or entrepreneurs and what their real life problems are.

Based on these main conclusions a set of recommendations was prepared aimed at EU policy and law makers. These recommendations revolve around women's social and economic rights, economic and social policies in the context of the Jobs and Growth Strategy and EU funding. These ideas remain also collected in the Global Report of the project.



Will the project be followed up and, if so, how?

During the meetings, the partners discussed recommendations toward different opportunities, which can be used at a local level.

The main ideas were focused on how to use the findings for lobbying on national and local level.

The following findings were presented:

a. Women's organizations in some of the new MS are still weak in terms of lobbying government, women should use all opportunities.

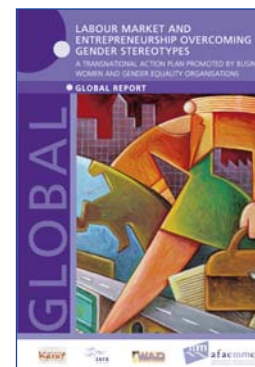
b. Institutions in new MS are still struggling

with women's rights and implementation of equal opportunities.

c. Ex-socialist countries have reduced their effectiveness in the entry and retention of women in the labour market (for example diminishing social services, changing rules on benefits from individual to household, low benefits and unrealistic opportunities for women to balance family and work responsibilities).

d. Changing realities such as the increase in single-parent households are not being addressed by tax-benefit systems.

Reports



2006
"LABOUR MARKET AND ENTREPRENEURSHIP OVERCOMING GENDER STEREOTYPES"
 A Transnational Action Plan Promoted by Business Women and Gender Equality Associations.
 Available in four languages: English, Italian, French and Spanish. 500 Pag. each one.

Global Report
 32 Pag. + CD
 (12 country reports and global report in PDF in four different languages: English, Italian, French and Spanish.



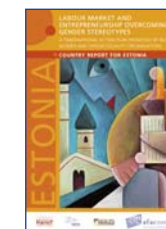
Country report for Bulgaria.
 30 Pag. Available in: English, Italian, French and Spanish.



Country report for Cyprus.
 22 Pag. Available in: English, Italian, French and Spanish.



Country report for Czech Republic.
 26 Pag. Available in: English, Italian, French and Spanish.



Country report for Estonia.
 21 Pag. Available in: English, Italian, French and Spanish.



Country report for Hungary.
 24 Pag. Available in: English, Italian, French and Spanish.



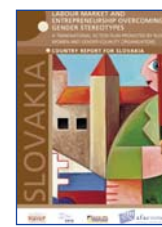
Country report for Latvia.
 29 Pag. Available in: English, Italian, French and Spanish.



Country report for Lithuania.
 27 Pag. Available in: English, Italian, French and Spanish.



Country report for Malta.
 23 Pag. Available in: English, Italian, French and Spanish.



Country report for Slovakia.
 19 Pag. Available in: English, Italian, French and Spanish.



Country report for Slovenia.
 23 Pag. Available in: English, Italian, French and Spanish.



Country report for Romania.
 26 Pag. Available in: English, Italian, French and Spanish.



Country report for Poland.
 20 Pag. Available in: English, Italian, French and Spanish.



Second National Focal Point Meeting organized by AFAEMME on 1st and 2nd July 2005 in Barcelona. Photo: Lourdes Acedo

idea and concept of the Fair Play Magazine was presented at the meeting by Pavlina Filipova, from WAD which was a national partner of the project and a publisher of Fair Play Magazine.

The second National Focal Point Meeting was organized by AFAEMME, and took place on 1st and 2nd July 2005 in Barcelona. Here the National Focal Points revised the final study drafts and the draft of recommendations to the national authorities, social partners and EU bodies regarding the obstacles women are facing in the labour market and strategies for including women in decision making policies. This enabled AFAEMME to draft the final report which resulted in the Global Study Report.

The meeting had the following objectives:

- a. To revise the final draft of the National studies and the review of an example of the design of the final report.
- b. To analyse the key obstacles to gender

equality highlighted in the reports of each country.

- c. To formulate recommendations to be included in the final global report to the European Commission.

- d. To discuss the dissemination strategy of the Fair Play magazine and the content of its 2nd edition.

The methodology proposed for the production of the report and for the development of the different tasks related to this study was based on two fundamental pillars:

1. The use of existing information and documentary data bases that provided the basic data and the latest comparable information on the issues of working women and businesswomen.
2. A theoretical and practical approach that gave substantial backing to the data (i.e. Economic and social Models, feminist theory, policy considerations).

The National Focal Points responded to a questionnaire developed by KARAT in consultation with E. Villagómez and assist in the collecting of data for some of the chapters in the study. They also developed 1-2 page case studies from their countries on gender stereotypes related to women in the labour market and women's entrepreneurship and, finally, they read the drafts of the national study of their country and provided the necessary comments that explained 'the reality behind the numbers'.

The aim of the reports was to focus on complex links between the issue of gender equality in the labour market and entrepreneurship. The reports focused on commonalities between challenges faced by women employees and women entrepreneurs. Participants of the meeting agreed that this innovative approach should be reflected in the structure of the report. It was also stressed that the issue of women in the labour market and women entrepreneurs should be treated equally (the same amount or attention and space should be devoted to each), both should be treated as a form of women's economic activity. However, it was pointed out that there was less data available on women entrepreneurs in most countries than data on women employees, so the mentioned suggestion could only be applied in some countries.

The final drafts of reports from Lithuania, Estonia, Czech Republic, Hungary, Bulgaria, Romania, Latvia, Slovakia, Slovenia, Poland, Malta and Cyprus were compiled at the end of July 2005 with a 2-4 pages case study at the end of the report about a typical businesswo-

man or a woman employee in that country and the obstacles she faces. AFAEMME then continued the process of revising, formatting, translating and then finally printing the studied from July 2005 until January 2006.

1.3 Strengthening active partnership of Gender Equality and Businesswomen organizations and their capacity to access decisions on economic policy.

The fundamental objectives of the Project meeting in Greece were that Businesswomen and Gender Equality NGOs from South, East, West and Central Europe could get together to exchange ideas and experiences, to tackle gender equality issues and to gain access to the decision makers. On April 8th and 9th 2005 the 12 NFPs (National Focal Points), the key project partners and members of governmental bodies, the European Commission and the press met in Thessaloniki, Greece to discuss the strategies and mechanisms to increase awareness among politicians of the mentioned issues, gaining better visibility and encouraging measures to be taken in order to improve the situation of women in the labour and entrepreneurship markets in Eastern Europe.

The meeting gathered representatives from gender equality and businesswomen organisations from the ten new Member States of the European Union (Lithuania, Estonia, Czech Republic, Hungary, Latvia, Slovakia, Slovenia, Poland, Malta and Cyprus) and of the two candidate countries (Romania and Bulgaria). The meeting also gathered some representatives from the European Press and the European Commission in order to participate in the discussion sessions planned for

LA ELIMINACIÓN DE LOS
ESTEREOTIPOS DE GÉNERO
EN EL MERCADO LABORAL EUROPEO

● INFORME FINAL ILUSTRADO



Este proyecto ha sido cofinanciado por el Programa/Estrategia de Igualdad de Género de la Comisión Europea (2001-2005), Dirección General de Empleo, Asuntos Sociales e Igualdad de Oportunidades.



Conferencia de Clausura patrocinada por el Parlamento Europeo.

INFORME FINAL ILUSTRADO





LA ELIMINACIÓN DE LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO EN EL MERCADO LABORAL EUROPEO

INFORME FINAL ILUSTRADO

Medidas de concienciación
y
transmisión de experiencia



Este proyecto ha sido cofinanciado por el Programa/Estrategia de Igualdad de Género de la Comisión Europea (2001-2005), Dirección General de Empleo, Asuntos Sociales e Igualdad de Oportunidades.

¿Cómo fue realizado el proyecto?

El proyecto llamado "La Eliminación de los Estereotipos de Género en el Mercado Laboral y Empresarial Europeo", el cual AFAEMME realizó como promotor internacional, fue un plan de acción transnacional promovido por organizaciones de igualdad del género y de mujeres empresarias, apoyado por la Comisión Europea y con la colaboración de la Coalición KARAT - (formada por entidades de Europa Oriental y de algunos de antiguos países miembros de la Unión Soviética), y de dos socios nacionales: WAD - la Alianza de las Mujeres para el Desarrollo, por sus siglas en inglés, y SEGE, la Asociación Griega de Mujeres Empresarias. El proyecto fue el resultado de los requisitos actuales para los miembros de la Unión Europea, siendo, además, construido sobre la base de colaboraciones anteriores entre las asociaciones de mujeres empresarias, por una parte, y de los socios de igualdad del género, por otra parte.

Las tres actividades principales

La metodología de análisis utilizada se basó en la experiencia de AFAEMME liderando proyectos de escala transnacional con la ayuda de sus socios, en particular de la Coalición KARAT y de las organizaciones nacionales que produjeron los estudios y asesoramientos a escala regional. La metodología incluyó tanto investigaciones de gabinete y como de terreno. Las tres actividades claves que se identificaron y que sostuvieron el progreso del proyecto fueron:

a. El desarrollo y elaboración de material destinado a la sensibilización en materia de género y relacionado con la eliminación de los obstáculos a los que se enfrentan las mujeres en el mercado laboral y empresarial por medio de 12 estudios nacionales sobre los países de reciente incorporación a la Unión Europea y dos de los candidatos: Lituania, Estonia, República Checa, Hungría, Bulgaria, Rumania, Letonia, Eslovaquia, Eslovenia, Polonia, Malta y Chipre, más 1 estudio global sobre las medidas de concienciación y transmisión de experiencias compilado para la Comisión Europea. Este trabajo fue respaldado por 2 reuniones de los Puntos Focales Nacionales que se realizaron en Polonia y España.

b. El fortalecimiento de una activa colaboración entre las organizaciones de igualdad de género y de mujeres empresarias y el desarrollo de su capacidad para acceder a las decisiones sobre políticas económicas. Este

proyecto de características únicas combinó la experiencia de las asociaciones de igualdad de género y de mujeres empresarias, permitiéndoles el intercambio de ideas y la consolidación de sus vínculos, desarrollando una estrategia de cooperación transnacional, sobre todo entre las dos redes regionales del Promotor y del Socio principal: Mediterráneo y Europa Central y del Este. Esta actividad fue principalmente respaldada por dos reuniones internacionales en Grecia y Bulgaria y una Conferencia Europea Final de gran escala en donde los resultados de los estudios a nivel comunitario fueron presentados y diseminados.

c. Aumento de la sensibilización y el entendimiento entre los responsables de la toma de decisiones y entre los medios de comunicación sobre los estereotipos de género en la vida económica, por medio de una campaña de comunicación dirigida a numerosos contactos con notas de prensa sobre los eventos y el progreso del proyecto, a través de las páginas Web dedicadas al proyecto y con la edición de la revista Fair Play, dedicada a las mujeres en el mercado laboral y a las mujeres emprendedoras; y por medio de la divulgación sobre la implementación del proyecto.

1.2 El desarrollo y la producción del material de género

La Primera Reunión Internacional de Mujeres Empresarias y de Organizaciones de Igualdad de Género tuvo lugar entre el 11 y 12 de febrero de 2005 en Varsovia, Polonia y fue organizada por la Coalición KARAT, con el fin de cumplir con los propósitos del proyecto "La Eliminación de los Estereotipos de Género en

el Mercado Laboral y Empresarial Europeo" en el que participaban. Las organizaciones fueron informadas sobre las principales actividades del proyecto y de su rol para promover la igualdad de género en el campo económico y prosperar en su influencia sobre la realización de políticas económicas.

En esta primera reunión, AFAEMME presentó detalladamente el proyecto a los doce países que participaban. Fueron informados sobre todas las actividades previstas para el año (investigación para el informe, actividades de prensa, sobre la revista "Fair Play" y los futuros talleres).

Las organizaciones que participaron en el proyecto de los países mencionados, como también el promotor internacional - AFAEMME - y los socios regionales y nacionales tuvieron la oportunidad de intercambiar opiniones y de discutir y de formular la metodología de los estudios. Durante la presentación, también se presentó a los Puntos Focales Nacionales el proyecto "La Eliminación de los Estereotipos de Género en el Mercado Laboral y Empresarial Europeo" - Plan Transnacional de Acción promovido por Organizaciones de Género y de Mujeres".

Se definieron los siguientes objetivos del proyecto:

- desarrollar la capacidad de las organizaciones de género y de mujeres empresarias.
- promover una igualdad de género eficiente en la vida económica y prosperar en su influencia en la política económica.



1.1 Mª Helena de Felipe Lehtonen y los socios del proyecto "La Eliminación de los Estereotipos de Género en el Mercado Laboral Europeo"./Foto: Lourdes Acado



Segundo encuentro de los Puntos Focales Nacionales organizado por AFAEMME 1 y 2 de julio de 2005 en Barcelona/Foto: Lourdes Acedo

La presentación también describió los resultados previstos para el proyecto, en los que se incluyeron:

a. 12 estudios nacionales sobre los obstáculos que enfrentan las mujeres en la fuerza laboral obra y en el espíritu emprendedor debido a los estereotipos de género, y supervisan la puesta en práctica de las directivas de igualdad de género y de la estrategia de empleo de la Unión Europea a niveles nacionales.

b. La publicación de dos ediciones de la revista "Fair Play" como parte de las actividades del proyecto. La primera estuvo lista en junio de 2005 y la segunda en febrero de 2006. La historia, el concepto y la idea de la revista "Fair Play" fueron presentados en la reunión por Pavlina Filipova, del WAD, el cual era un socio nacional del proyecto y uno de los editores de la revista "Fair Play".

La segunda reunión de los Puntos Focales Nacionales fue organizada por AFAEMME, y

tuvo lugar entre el 1º y 2 de julio de 2005 en Barcelona. Aquí, los Puntos Focales Nacionales revisaron los borradores finales de cada uno de los estudios y las recomendaciones a las autoridades nacionales, a los socios sociales y a los cuerpos de la UE con respecto a los obstáculos que las mujeres enfrentan en el mercado laboral y las estrategias para incluir a las mujeres en los procesos de toma de decisiones. Esto permitió a AFAEMME bosquejar el informe final del proyecto, el cual constituye el informe global del estudio.

La reunión tuvo los siguientes objetivos:

- Revisar el borrador final de los estudios nacionales y revisar de un ejemplo del diseño del informe final.
- Analizar los principales obstáculos para la igualdad de género que fue destacado en los informes de cada uno de los países.
- Formular las recomendaciones que serían incluidas en el informe global final a la Comisión Europea.
- Discutir la estrategia de difusión de la revis-

ta "Fair Play" y el contenido de su 2da edición.

La metodología propuesta para la producción del informe y para el desarrollo de las diversas tareas relacionadas con este estudio estuvo basada en dos pilares fundamentales:

a) En el uso de la información existente y de las bases de datos documentales que proporcionaron los datos básicos y la información comparable más reciente en torno a los temas a las mujeres trabajadoras y mujeres empresarias

b) Un acercamiento teórico y práctico que dio un respaldo substancial a los datos (modelos económicos y sociales, teoría feminista, consideraciones de la política).

Los Puntos Focales Nacionales respondieron a un cuestionario desarrollado por KARAT en consulta con E. Villagomez y ayudaron en la recolección de los datos para algunos de los capítulos en el estudio. También desarrollaron estudios de casos de 1 a 2 páginas sobre los estereotipos de género relacionados el mercado laboral y el espíritu emprendedor de las mujeres en sus países y, finalmente, leyeron los borradores de sus estudios nacionales y proporcionan los comentarios necesarios que explicaban "la realidad detrás de los números".

El objetivo de los informes fue el centrarse en los complejos nexos entre la aplicación de la igualdad de género en el mercado laboral y el espíritu emprendedor. Los informes se enfocaron en las concordancias entre los desafí-

os que enfrentan las mujeres trabajadoras y las mujeres empresarias. Los participantes de la reunión convinieron que este enfoque innovador se debía reflejar en la estructura del informe. También se acentuó que los temas de la mujer en el mercado laboral y la mujer empresaria se tratasen de igual manera (la misma cantidad de atención y de espacio debía ser dedicada a cada uno), ambos debían ser tratados como una forma de actividad económica de las mujeres. Sin embargo, se precisó que había menos información disponible sobre mujeres empresarias en la mayoría de los países que datos sobre mujeres trabajadoras, de modo que esta sugerencia se pudiera aplicar solamente en algunos países.

Los borradores finales de los informes de Lituania, Estonia, República Checa, Hungría, Bulgaria, Rumania, Letonia, Eslovaquia, Eslovenia, Polonia, Malta y Chipre estuvieron compilados a finales de septiembre de 2005 junto con un estudio de casos de 2 a 4 páginas al final del informe sobre una mujer empresaria o trabajadora típica en ese país y los obstáculos que ella debe enfrentar. AFAEMME luego continuó con los procesos de revisión, de ajustar el formato, de traducir y finalmente de impresión entre de octubre de 2005 a enero de 2006.

1.3 Consolidación de la asociación activa de las Organizaciones de Igualdad de Género y de Mujeres Empresarias y de su capacidad de tener acceso a los Responsables sobre la toma de decisiones de política económica

Los objetivos fundamentales de la reunión de proyecto en Grecia fue el lugar que organiza-

ciones no gubernamentales de mujeres empresarias y de igualdad de género del sur, este, oeste y centro de Europa se reunieron para intercambiar ideas y experiencias a fin de abordar juntas los temas sobre la igualdad de género y el incrementar su acceso a los responsables de la toma de decisiones.

Entre el 8 y 9 de abril de 2005 se reunieron en Thessaloniki, Grecia los 12 Puntos Focales Nacionales (PNF), los socios del proyecto y los principales miembros de cuerpos gubernamentales, la Comisión Europea y la prensa para discutir las estrategias y los mecanismos para aumentar la conciencia entre los políticos sobre los temas mencionados, y para ganar una mayor visibilidad y animar a que se tomen medidas para mejorar la situación de mujeres en los mercados laborales y del espíritu emprendedor en Europa Oriental.

La reunión reunió a representantes de igualdad de género y de organizaciones de mujeres empresarias de los diez nuevos Estados miembros de la Unión Europea (Lituania, Eslovenia, Polonia, Malta y Chipre) y de los dos países candidatos (Rumania y Bulgaria). La reunión también congregó a algunos representantes de la prensa europea y de la Comisión Europea para que participen en las sesiones de discusión previstas para este primer taller, el cual siguió a la 1ra reunión de Puntos Focales Nacionales realizada en Varsovia en el mes de febrero de 2005.



Sra. Anita Seibert Jefa de Programas de Karat Coalition. Encuentro en Tesalonica -Grecia- 8 y 9 de 2005./Foto: Lourdes Acedo

lovaquia, Eslovenia, Polonia, Malta y Chipre) y de los dos países candidatos (Rumania y Bulgaria). La reunión también congregó a algunos representantes de la prensa europea y de la Comisión Europea para que participen en las sesiones de discusión previstas para este primer taller, el cual siguió a la 1ra reunión de Puntos Focales Nacionales realizada en Varsovia en el mes de febrero de 2005.

La reunión de dos días de duración prestó especial atención a la opinión de las mujeres de los 10 nuevos Estados miembros y de 2 países del candidatos sobre la situación en sus países. Al hacerlo así, se pudieron utilizar experiencias reales para intentar solucionar algunos de los problemas a los que las mujeres se enfrentan aún hoy en día en el mercado laboral y en la vida familiar.

Durante el Taller A "Discusión para desarrollar estrategias y mecanismos de difusión del proyecto para aumentar la concienciación entre los responsables", la Sra. Angelina Heerens, Oficial de la Oficina de Cooperación de EuropeAid (AIDCO), de la Comisión Europea, destacó los diversos procesos que deben seguirse en proyectos como el presente para alcanzar los a los responsables de la toma de decisiones o políticas, por medio de la difusión de información y el uso de la prensa y de

otros medios. Quedó claro que la necesidad de mejorar la situación económica de las mujeres es lo que guía a las Asociaciones Mediterráneas de Mujeres Empresarias a trabajar conjuntamente con Organizaciones de Igualdad de Género y Organizaciones de Mujeres Empresarias del resto de Europa, relacionado Europa del este y occidental para trabajar por la misma causa.

La Sra. Donatella Orioli describió su propio trabajo como Consejera Regional de Igualdad de Oportunidades de Italia. Ella reportaba al Ministerio de Trabajo de Italia, cuya responsabilidad principal era la de actuar como consejera en temas de igualdad de género. Algunos de los problemas con que ella trataba se relacionan con la discriminación. Con ese propósito, ella mantenía reuniones con la Comisión de Igualdad de Oportunidades en Roma, debiendo estar al día con respecto a las leyes regionales y reportar sobre ellas a niveles superiores. Ella estaba a cargo de promover acciones positivas tales como la introducción de las mujeres en nuevos campos de trabajo, ayudándoles a llegar a ser trabajadoras autónomas y respaldándolas para que puedan combinar vida laboral y familiar. Ella era responsable de presentar nuevos proyectos para mejorar la situación de mujeres, y con este fin, promover la cultura de la igualdad de género.

Finalmente, la Sra. Liene Liekna, miembro del Sindicato de Comercio Libre de Letonia habló sobre la influencia de las mujeres que trabajan sobre el tema de políticas locales en sindicatos.

Durante el taller B "Discusión para desarrollar estrategias y mecanismos de difusión del proyecto para aumentar conocimiento entre los medios", el Sr. Valdas Dambrava de la Oficina de Ombudsman para la Igualdad de Oportunidades de Lituania realizó una presentación. Él dio un perfil de su experiencia como Consejero de Medios diseccionándoles a que integren criterios de igualdad de género en sus productos. El Sr. Dambrava describió algunos puntos muy útiles para lograr una comunicación eficaz con los medios, tales como cómo hacer una nota o un artículo de prensa. Después de su presentación, los participantes se incorporaron a una discusión sobre su propia experiencia al relacionarse con los medios. La sensación general fue que era bastante difícil hacer que el tema de género formara parte de la agenda informativa, por lo que aprovecharon la experiencia del Sr. Dambrava para preguntarle acerca de las mejores maneras de llegar a los medios de comunicación.

Por otra parte la Sra. Agne Narusk- Editora del Diario Eesti Päevaleht de Estonia, centró su discurso en la desigualdad entre los sueldos de las mujeres y de los hombres y la discriminación hacia las mujeres jóvenes debido a un embarazo potencial.

La segunda reunión-taller del proyecto fue realizada en Bulgaria entre los días 14 y 16 de octubre de 2005, en donde se discutió y se desarrolló una estrategia y acciones comunes para la participación y la representación en la vida económica de las organizaciones de igualdad del género y de mujeres empresarias con agentes sociales, autoridades locales y otras organizaciones. Esto consolidaría



Sr. Angelina Heerens, oficial de EuropeAid Co-operation Office (AIDCO), Comisión Europea. Evento en Tesalonica -Grecia- 8 y 9 de abril de 2005./Foto: Lourdes Acedo

aún más la asociación activa de las organizaciones de igualdad de género y mujeres empresarias y su capacidad de tener acceso a la toma de decisiones sobre políticas económicas.

Durante el taller A "Discusión para desarrollar estrategias y mecanismos para la difusión del proyecto para aumentar la concienciación entre los responsables", la Sra. Cristina Liana Oltenau, Consejera de Integración en el Ministerio del Trabajo, el departamento Solidaridad Social y Departamento de la Familia de la Seguridad Social y de Políticas Sociales (Rumania) y la Sra. Birgit Arens, Consejera de EUROCHAMBERS - Asociación de Cámaras Europeas de Comercio e industria - mostraron los resultados de las encuestas del proyecto "Las Mujeres en los Negocio y en la toma de Decisiones" que realizaron y las acciones positivas que pusieron en ejecución en el marco del proyecto, explicando, además, la base sobre la cual fueron iniciadas las actividades.

La Sra. Carmen Stanila de CIPE - Rumania habló del proyecto rumano dirigido a crear una coalición regional de asociaciones de mujeres empresarias.



Segundo workshop celebrado en Bulgaria del 14 al 16 de octubre de 2005. /Foto: Lourdes Acedo



Sra. Birgit Arens, Consejera de Eurochambers en el segundo workshop celebrado en Bulgaria del 14 al 16 de octubre de 2005. /Foto: Lourdes Acedo

Durante el taller B "Discusión para Desarrollar Estrategias y Mecanismos para la Difusión del Proyecto para Aumentar la Concienciación entre los Medios", la Sra. Annegret Witt Barthel- Coordinadora Europea de la Federación Internacional de Periodistas del Consejo de Género (Alemania) discutió sobre retratos de las mujeres en los medios y cómo promover el apropiado.

La Sra. Solveig Schmidt, Presidenta del Consejo de Género de la Federación Internacional de Periodistas (Dinamarca), mostró el papel de los medios en la sociedad y el papel del lectores/ telespectadores.

La Sra. Ana Alfageme, Responsable de Asuntos Sociales de EL PAÍS (España), habló de género y de medios en España durante 20 años de integración europea.

1.4 Aumento de la Concienciación y del Entendimiento entre los Responsables de la Toma de Decisiones y los Medios sobre Estereotipos de Género en la Vida Económica.

AFAEMME, con la ayuda de sus principales

socios y de los PNF, se concentró intensamente en esta actividad la cual se consideró vital para la visibilidad del proyecto y de su futuro éxito en términos del efecto que su información, y recomendaciones podrían tener en educar a la gente sobre temas de género en Europa Oriental, y el efecto que esto podría tener en la mejora de las políticas europeas.

Reuniones del Proyecto

Se realizaron cuatro talleres en Grecia (abril de 2006) y Bulgaria (octubre de 2006) que se diseñaron para desarrollar en ellos las estrategias y mecanismos de difusión del proyecto y para aumentar la concienciación entre los responsables de la toma de decisiones y los medios de comunicación.

AFAEMME concertó que varias importantes figuras de los medios de comunicación y de áreas de toma de decisiones hablaran antes de iniciar una discusión general entre los PNF y los invitados asistentes. El resultado fue una lista de estrategias y de consejos, que más tarde fueron distribuidos a cada participante de la reunión.

Estrategias para aumentar la concienciación entre tomadores de decisiones y medios de comunicación:

a. Uso de la legislación y de los instrumentos de la CE.

b. Fomentar mayores intercambios intra-regionales y consolidar el trabajo en red.

c. Implicar a hombres y a gente joven en las organizaciones y hacerles saber sobre los resultados de los trabajos.

d. Trabajar con asociaciones o institutos que tengan una fuerte influencia a nivel ministerial, por ejemplo en España, en el Instituto de la Mujer, el cual es muy influyente.

e. Lograr conocer a su representante correspondiente en el Parlamento Europeo para solicitarles que realicen preguntas a la Comisión Europeas, las cuales la Comisión está obligada a contestar.

f. Realizar la necesaria presión desde la sociedad civil para movilizar a los gobiernos hacia metas de la igualdad de género.

g. Recomendar el uso de presupuestos con enfoque de género en la ejecución de los fondos de la UE.

h. Escriba los reportes en forma que sean fáciles de entender, en particular para la Comisión.

i. En los comunicados de prensa, conteste a las preguntas: ¿qué, cuando, dónde, quién, por qué, cuánto?

j. Agregue las citas de los VIP's o de los expertos.

k. Incluya datos y estadísticas - los periodistas hacen un muy buen uso de esto, es nece-



AFAEMME web page

sario, además incluir declaraciones claras al iniciar un nuevo proyecto sobre la persona, comunidad, país, región, etc.

I. Los comunicados de prensa deben estar bien pensados y debe hacerse uso de los contactos disponibles.

La reunión final en Bruselas, en donde estuvieron presentes numerosos medios - periódicos, radios y televisoras nacionales y europeas - cubriendo el lanzamiento de los informes, también contribuyó enormemente en estos temas.

Principales Actividades de Difusión

Durante la reunión en Grecia, descrita más arriba, se llevó a cabo una rueda de prensa con el fin de informar a la prensa griega y europea sobre el proyecto y el acontecimiento. A la rueda de prensa asistieron numerosos medios, particularmente griegos de prensa nacional, empresariales femeninos y financieros. La presentación comenzó con la bienvenida de Sra. Frideriki Voukali, Presidenta de SEGE, la asociación que organizó la reunión. Durante la presentación, los disertantes describieron detalladamente el proyecto a la prensa y dieron información sobre sus propias organizaciones. Resultó provechoso el explicar la importancia de la realización de proyectos internacionales para las asociaciones y, en relación a esto, la importancia de

trabajar en red para alcanzar resultados exitosos y aprovechar el nuevo marco de la Unión Europea. Algunos de los participantes también dieron detalles sobre proyectos anteriores referentes a temas de mujeres.

AFAEMME, con la colaboración de sus socios y los PFN que participaban, han creado tres bases de datos para las Asociaciones y Organizaciones de igualdad de género y mujeres empresarias, Instituciones (cuerpos de la UE, nacionales y locales) y los medios de comunicación de los 27 Estados miembros de la Unión Europea, de acuerdo con leyes de la protección de los datos. Una campaña de la comunicación se ha adoptado para informar a estos contactos sobre el progreso del proyecto y de los acontecimientos internacionales más importantes que forman parte del mismo. En términos de aumentar la concienciación entre los medios, se publicaron 40 artículos acerca del proyecto tanto en la prensa local como en los sitios Web de 15 de los 27 países de la Unión. Se detectó que el método más exitoso para la disseminación de información fue a través del boletín de noticias (actualización del boletín del proyecto) pues los mismos se enviaban a una gran cantidad de contactos, y, como no era un documento adjunto sino una imagen HTML ajustada al cuerpo del correo, resultaba más fácil que el receptor lo viese y lo tomase en cuenta. La actualización del boletín del proyecto fue dirigida a todas las autoridades nacionales y regionales, ONGs, universidades, ciudadanos individuales, compañías, asociaciones, instituciones europeas y parlamentos nacionales implicados en las cuestiones de estereotipos

DISSEMINATION BY AFAEMME PROJECT PROGRESS E-BULLETIN					
Language	Warsaw Feb. 2005	Thessaloniki Apr. 2005	Barcelona July 2005	Sofia Oct.2005	Bruxelles Feb. 2006
English bulletin recipients	391	867	801	985	1100
Spanish bulletin recipients	89	127	122	134	401
Total nº recipients	480	994	923	1119	1501
Annual % of Increase of UE e-Bulletin Recipients					312,71%

de género dentro de la Unión Europea. Una campaña de llamadas telefónicas fue realizada tras el envío de la primera edición para confirmar que el mismo haya sido recibido. La tabla de abajo muestra el número de contactos a los que fueron enviados los boletines. AFAEMME envió otras 4 actualizaciones del Boletín del Proyecto durante el resto del año tras realizarse las reuniones internacionales.

La Revista "Fair Play" y las Páginas Web

La revista "Fair Play" nació para proporcionar un foro para los miembros de los países de la Coalición KARAT, para que pudiesen intercambiar ideas y buenas prácticas sobre como mejorar las condiciones sociales, económicas, políticas y sociales de las mujeres. Después de 3 años la imagen de la revista fue renovada gracias al financiamiento proporcionado por la Comisión Europea para este proyecto. Los PNF fueron alentados por la Sra. Pavlina Filipova, presidente de WAD (la Alianza de las Mujeres para el Desarrollo, por sus siglas en inglés,) de Bulgaria que condujo la publicación de esta re-

vista, para que le enviaran artículos, fotografías y toda clase de material. Esta revista espera poder proporcionar una visión fresca de los temas de igualdad de género con experiencias y ejemplos verdaderos. La coalición KARAT y AFAEMME dedicaron al proyecto páginas especiales en sus sitios Web para ayudar a la difusión de la información y conocimientos de este proyecto.

Éstas podían encontrarse en los siguientes sitios Web: www.karat.org y www.afaemme.org. AFAEMME también animó a las demás asociaciones dentro del proyecto a que hiciesen lo mismo



¿En qué extensión se alcanzaron los objetivos propuestos por proyecto?

El principal objetivo de este proyecto, como quedó indicado en el acuerdo fue el de "...desarrollar la capacidad de las organizaciones igualdad de género y de mujeres empresarias para promover una eficiente igualdad de género en la vida económica y de promover su influencia en la política económica". Las tres principales actividades descritas previamente, también definidas en el acuerdo, fueron las que AFAEMME identificó como las más adecuadas para alcanzar este objetivo.

El proyecto nació con el objetivo de mejorar la comprensión de los temas subyacentes a la igualdad de género e igualdad de oportunidades con el fin de realzar las oportunidades de trabajo y espíritu emprendedor dentro de estas áreas en Europa. Se logró consolidar a las organizaciones de igualdad de



género y mujeres empresarias y su sociedad activa para influenciar a los tomadores de decisiones sobre la política social y económica; logrando que el estatus económico general de las mujeres se vea mejorado indirectamente al realizar una serie de recomendaciones a estos tomadores de decisiones. Las principales tendencias encontradas en los informes presentados coincidieron y también vertieron una nueva luz sobre los informes y

estudios de la Comisión Europea (CE) y el Parlamento Europeo (PE) y en documentos de otras instituciones internacionales (tales como NNUU o la OCDE) que han publicado recientemente el análisis comparativo de la situación de empleo de las mujeres o de las mujeres empresarias. Esto fue alcanzada en particular por medio de los estudios de casos preparados por los Puntos Focales en cada uno de los Nuevos Estados miembros.

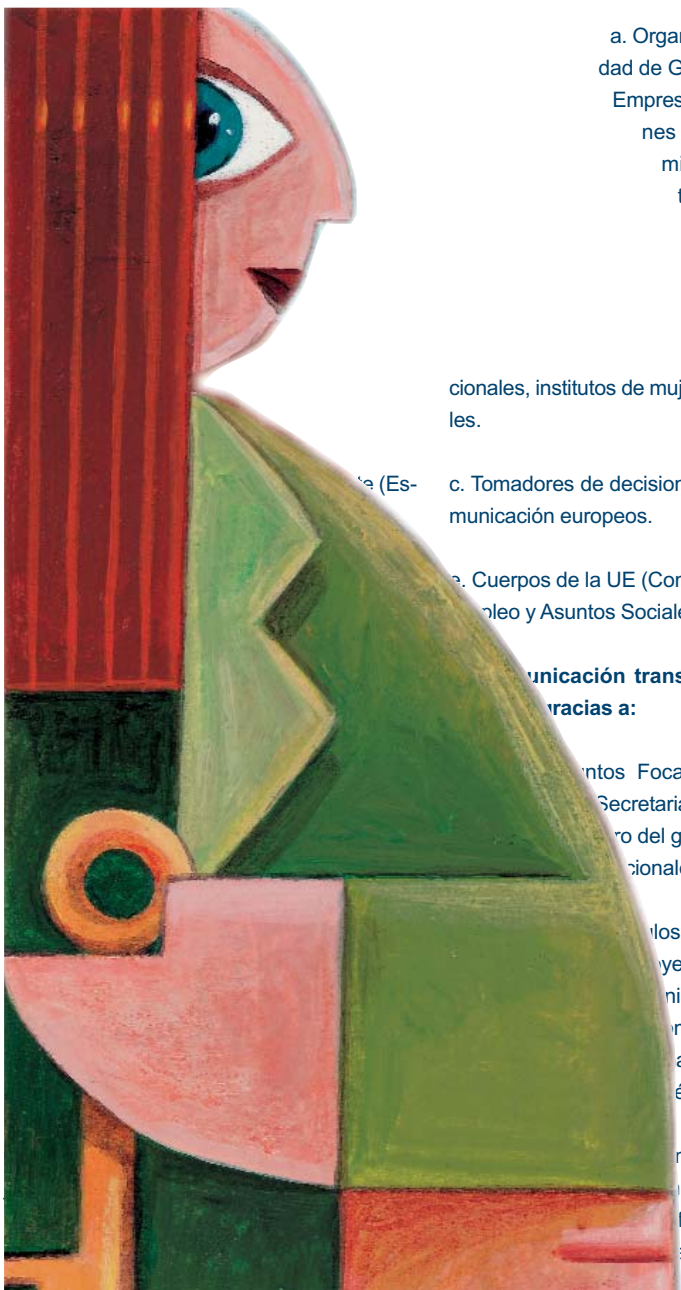
3. ¿Cuál fue la dimensión transnacional del proyecto/ número de socios / participantes?

AFAEMME, trabajó en sociedad con importantes organizaciones de Europa Oriental - la Coalición KARAT y WAD - la Alianza de las Mujeres para el Desarrollo, de Bulgaria y, en el Mediterráneo, con SEGE, la Asociación Griega de Mujeres Empresarias, con las cuales se implementó el proyecto de un año de duración.

Los Puntos Focales Nacionales eran organizaciones de mujeres empresarias y de igualdad de género de los diez nuevos miembros de la UE: Lituania, Estonia, República Checa, Hungría, Bulgaria, Rumania, Letonia, Eslovaquia, Eslovenia, Polonia, Malta y Chipre.

ONGs de igualdad de género implicadas:

- Fundación Proyecto de Género para Bulgaria (Bulgaria).
- Alianza de las Mujeres para el Desarrollo (Bulgaria).
- Coalición para la Igualdad de Género en Letonia (Letonia).
- Coalición KARAT (Polonia).
- "AUR" Organización Nacional de Especialistas en Recursos Humanos (Rumania).
- Alianza de Mujeres de Eslovaquia (Eslovaquia).



a. Organizaciones de Igualdad de Género y de Mujeres Empresarias de dos Regiones Europeas: los miembros y candidatos de la UE de países mediterráneos y bálticos.

b. Gobiernos nacionales, institutos de mujeres y socios sociales.

c. Tomadores de decisiones y medios de comunicación europeos.

d. Cuerpos de la UE (Comisión Europea, DG Empleo y Asuntos Sociales).

La comunicación transnacional tuvo resultados gracias a:

1. Puntos Focales instalados por el Secretariado de KARAT para el grupo de socios y de nacionales.

2. Los y toda la otra información y toda la otra información fueron colgados en el sitio web de menslabour.org. Cada vez que la información era puesta allí, los miembros del grupo electrónico.

3. La información y los contactos de las organizaciones que participaron fueron coordinados por anita.seibert@karat.org.pl

d. Los puntos principales que se cubrieron en cada uno de los estudios nacionales realizados por los Puntos Focales Nacionales fueron enviados a Anita Seibert y a Elizabeth Villagómez.

e. Base de datos del mecanismo institucional - la información para esto fue recopilada por Anita Seibert.

f. La base de datos de personas para temas del mercado laboral y de espíritu emprendedor fue realizada a partir de los nombres de expertos que todos los puntos focales proporcionaron de cada uno de sus países.

g. La revista "Fair Play" resultó una buena herramienta positiva de comunicación para todos los países implicados.

¿Cuál fue la contribución de los socios?

La contribución de los socios fue demostrada claramente en la exitosa organización de las actividades. La actividad principal consistió en aumentar la concienciación y entendimiento entre responsables de la toma de decisiones y los medios sobre los estereotipos de género en el mundo de los negocios. La primera actividad fue el desarrollo y producción del material de género referente a la superación de los

obstáculos que deben hacer frente las mujeres en el mercado laboral y de emprendeduría y sobre cómo influenciar la política económica. El segundo grupo de actividades giró en torno a la consolidación de la asociación activa de las organizaciones de igualdad de género y de mujeres empresarias y el desarrollo de su capacidad para tener acceso a responsables de la toma de decisiones.

¿Cuál fue el valor agregado ofrecido por el proyecto?

El valor agregado transnacional europeo de este proyecto fue la relación, sin precedentes, entre dos grandes redes - AFAEMME y la coalición KARAT - organizada entre los nuevos estados miembros de la UE, los países candidatos y los estados mediterráneos de la Unión EU, como también la relación sin precedentes entre los empresarios y los empleados, justificada en la siguiente consideración: resultaba muy interesante tener juntas a mujeres que abogaban por diversos para poder hacer frente a problemas comunes, aumentar su capacidad y conocimientos y trabajar para mejorar el estado económico de mujeres.

El problema de mayor envergadura para la organización líder - la Coalición KARAT - como coalición regional de Europa central y del este, fue el hecho que el ingreso de los 10 países a la UE podría conducir a una erosión de la solidaridad, de la identidad y de la cooperación regionales entre las organizaciones de mujeres de la región central y del este. Esto era de extrema consternación debido a la herencia comunista y experiencias históricas que compartían, hechos que requerían mucha cooperación, no sólo debido a que los problemas experimentados por las mujeres de diversos países de la región son muy similares, sino porque también se requieren mecanismos muy similares de defensa, supervisión y cooperación de los gobiernos y los medios para la superación eficaz de esos pro-

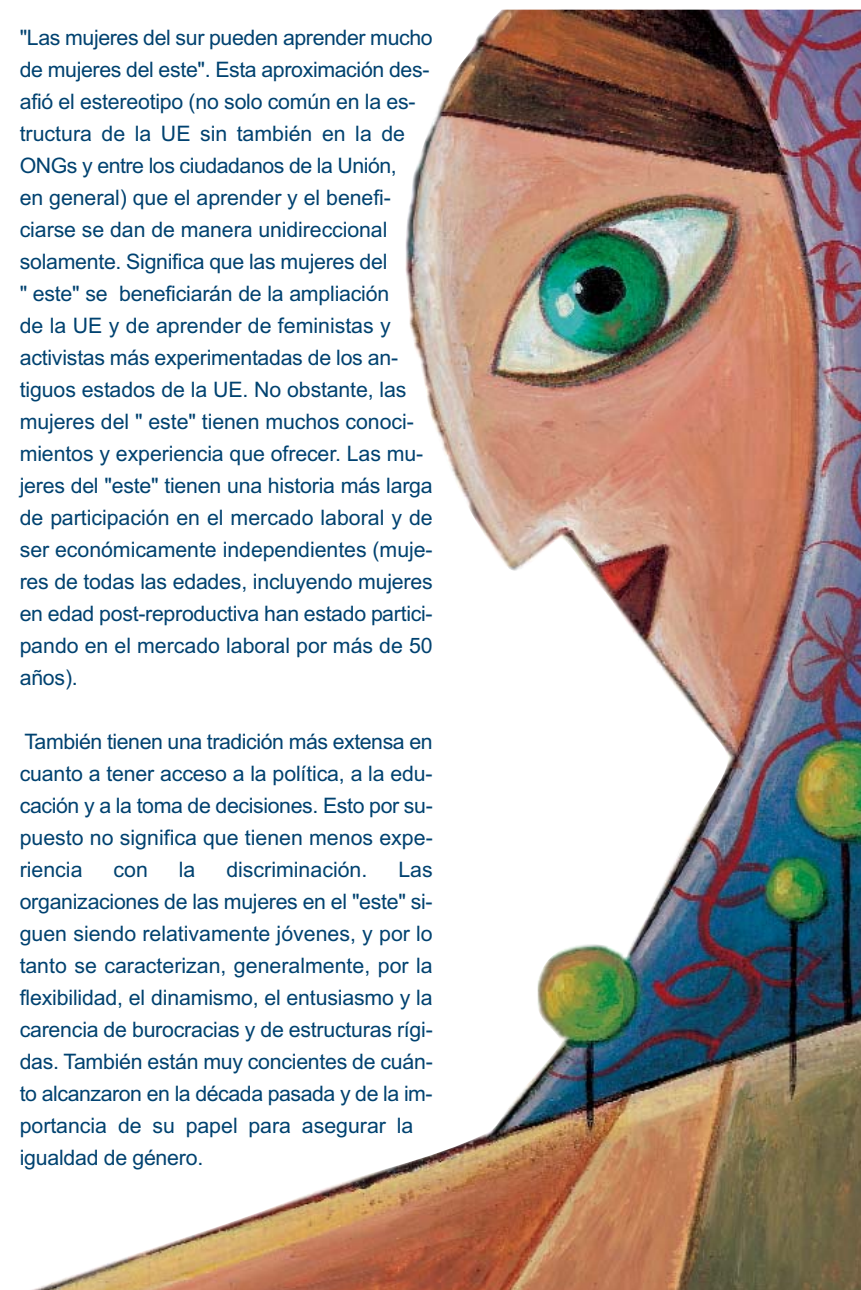
blemas y para avanzar en la igualdad de género en los países de Europa del este y central.

Por lo tanto, este proyecto, que se centraba en los nuevos países miembros de la UE e involucrando en mayor medida a otros estados ya miembros, era muy necesario para la región. El proyecto, en vez de debilitar la asociación entre las mujeres de la región central y del este, condujo a una serie de recomendaciones para mejorar la situación de las mujeres de los nuevos Estados miembros de la UE y de países candidatos, como también consolidó la cooperación entre estos países (y particularmente entre las organizaciones de mujeres empresarias y de derechos de las mujeres) y los antiguos países miembros de la UE, especialmente de la región mediterránea.

Esta cooperación entre los nuevos países de la UE y los antiguos países miembros era particularmente necesaria porque el sector civil es aún relativamente joven en los nuevos Estados miembros y países candidatos, y éstos podrían aprender de las experiencias de las democracias más antiguas de los estados de la UE, compartiendo, al mismo tiempo experiencias ganadas no solamente durante la pasada década, de un cambio económico extremadamente rápido, pero también de conocimientos y experiencias de la época anterior a 1989.

"Las mujeres del sur pueden aprender mucho de mujeres del este". Esta aproximación desafió el estereotipo (no solo común en la estructura de la UE sin también en la de ONGs y entre los ciudadanos de la Unión, en general) que el aprender y el beneficiarse se dan de manera unidireccional solamente. Significa que las mujeres del "este" se beneficiarán de la ampliación de la UE y de aprender de feministas y activistas más experimentadas de los antiguos estados de la UE. No obstante, las mujeres del "este" tienen muchos conocimientos y experiencia que ofrecer. Las mujeres del "este" tienen una historia más larga de participación en el mercado laboral y de ser económicamente independientes (mujeres de todas las edades, incluyendo mujeres en edad post-reproductiva han estado participando en el mercado laboral por más de 50 años).

También tienen una tradición más extensa en cuanto a tener acceso a la política, a la educación y a la toma de decisiones. Esto por supuesto no significa que tienen menos experiencia con la discriminación. Las organizaciones de las mujeres en el "este" siguen siendo relativamente jóvenes, y por lo tanto se caracterizan, generalmente, por la flexibilidad, el dinamismo, el entusiasmo y la carencia de burocracias y de estructuras rígidas. También están muy conscientes de cuánto alcanzaron en la década pasada y de la importancia de su papel para asegurar la igualdad de género.



¿Participó la audiencia objetivo en el proyecto y estuvo enterado de él?

Los participantes del proyecto convinieron que era crucial pensar estratégicamente ya cuando se escribían los informes, en el sentido que el informe no fuese largo pero informativo, útil para el lobby y que atrajese al grupo objetivo.

A pesar de que la estrategia de usar los informes para las actividades de lobby fue planeada como uno de los principales objetivos, los siguientes puntos clave también fueron destacados para las actividades de lobby:

a. Acontecimientos en los cuales los estudios pueden ser mostrados y las recomendaciones pueden realizarse a gobiernos nacionales, regionales y locales de cada país.

b. Acontecimientos en los cuales el informe global puede ser mostrado y las recomendaciones puedan realizarse a los cuerpos de la UE (la Comisión y organizaciones sociales europeas asociadas).



Mrs. Fatima Ribeiro, Policy officer of European Commission's Unit on Equality for Women and Men at the Final Large Conference "speakers". European Parliament -Brussels- 23rd of February./Foto: Lourdes Acedo

Alianzas con sindicatos, organizaciones patronales, parlamentarios y grupos de interés para la realización de lobby para los cambios contenidos en las recomendaciones.

El grupo preparó una lista de las principales estrategias y mecanismos para aumentar la concienciación entre los tomadores de decisiones:

a. Uso de la legislación y de los instrumentos de la UE.

b. Traer a nuevos actores al panorama (involucrar a nuevas alianzas, a más organizaciones mujeres y redes y a más mujeres en las políticas).

c. Fomentar el intercambio dentro y fuera de los países y consolidar el trabajo en red.



Conferencia Final en el Parlamento Europeo el 23 de febrero de 2006 en Bruselas.



Conferencia Final en el Parlamento Europeo. 23 de febrero en Bruselas /Foto: Lourdes Acedo

d. Desarrollar una estrategia regional de comunicación.

e. Implicar a hombres y a gente joven en sus organizaciones e informarlos sobre los resultados.

f. Trabajar con asociaciones o institutos que tengan una fuerte influencia en nivel ministerial, por ejemplo en España, el Instituto de La mujer, el cual es muy influyente.

g. Socios influyentes también puede ser las organizaciones de derechos humanos.

h. Hablar con los Consejeros locales.

i. Conocer al Parlamentario Europeo que le corresponda y solicitarle que haga preguntas a la Comisión Europea, las cuales la CE está obligada a contestar.

j. "Sin las ONGs, los políticos no harían nada" (Kinga Lohmann).

k. Investigar sobre "Presupuesto con enfoque de género" del Gobierno, cuánto está disponible para los temas sociales, en particular para género.

l. Haga que los informes para la Comisión Europea sean entretenidos.



Conferencia Final en el Parlamento Europeo. 23 de febrero en Bruselas / Foto: Lourdes Acedo

¿Qué otros esfuerzos fueron hechos para asegurar que el proyecto tuviese impacto en el largo plazo?

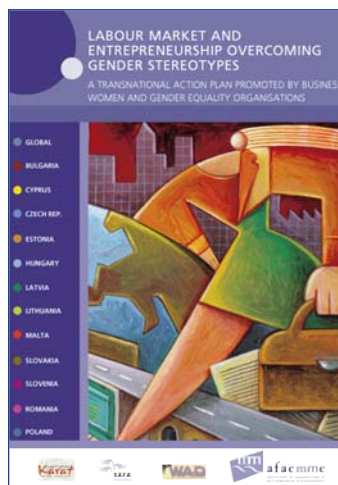
Durante la segunda reunión de los Puntos Focales Nacionales organizada por AFAEM-ME en Barcelona, se realizó un debate entre los PFN en el que se discutieron los siguientes puntos:

> Además de la Comisión Europea, se consideró importante aumentar el conjunto de organismos a los que se debía alcanzar para incrementar la concienciación entre los tomadores de decisiones. Diversa clase de organizaciones europeas relacionadas con los temas de empresa, economía y género, al igual que otro tipo de organizaciones no solo a nivel europeo, fueron propuestas.

> Los PNF presentaron sus sugerencias sobre las recomendaciones deberían ser realizadas y estas fueron incluidas en el informe final que fue presentado a la Comisión Europea.

> Tres bases de datos de asociaciones y organizaciones de igualdad de género y de mujeres empresarias, instituciones de gobierno (cuerpos del UE, nacionales y locales) y medios de comunicación de los 27 Estados miembros de la Unión Europea fueron creadas, difundándose a estos contactos los comunicados de prensa y los boletines del proyecto.

> Los resultados en términos de páginas Web y artículos de prensa publicados en 15 países de la UE fueron presentados a los participantes de la reunión, a quienes se les solicitó su ayuda en la obtención de más contactos para las bases de datos y para enviar más copias de las publicaciones. Esta actividad fue considerada como vital para la visibilidad del proyecto y del éxito futuro del proyecto en términos del efecto que su información y recomendaciones pudiesen tener para educar a la gente sobre los temas de género en Europa Oriental y el efecto esto que podría tener en la actualización de las políticas europeas.



Portada del Informe Final

¿Qué lecciones fueron aprendidas de esta experiencia?

Los PFN y los socios de los nuevos estados miembros eran nuevos a este tipo de proyectos transnacionales. Esto, junto con la carencia del financiamiento de otras fuentes, representó algunos problemas en la puesta en práctica del proyecto, tal como los cambios de fecha de las reuniones.

Por el lado positivo, fue interesante observar que a partir de la presentación de cada país, se pudieron distinguir claramente los obstáculos comunes, los cuáles eran:

a. Los países del este de Europa tienen leyes con respecto a la igualdad de género, pero éstas no se hacen cumplir.

b. Hay un gran mercado de trabajo informal que hace que el acceso de las mujeres a empleos regulados y de calidad sea muy difícil, muchas compañías intentan evitar pagar impuestos y los beneficios de la Seguridad Social para los trabajadores.

c. Hay una gran diferencia salarial entre mujeres y hombres para el mismo puesto de trabajo, el cual, es incluso, mayor en las posiciones más altas.

d. Reconciliación de vida familiar y laboral - la estructura social y muchos trabajos no proveen las condiciones adecuadas para mujeres con niños, no se dan opciones para compartir el trabajo ni realizar trabajos por horas, las

instalaciones para el cuidado de los niños son muy pobres.

e. Las mujeres emprendedoras que desean iniciar un negocio, experimentan grandes dificultades para conseguir financiación - (¡algunas necesitan la firma de su marido!).

f. La "Intraemprendeduría" se está considerando como emprendeduría. En realidad son personas autónomas que trabaja para una compañía específica, y que no tienen un negocio propio empleando gente. Esto también se conoce como autónomo dependiente.

g. Existe el "techo de cristal" que impide a mujeres en una compañía, por ejemplo, ascender solamente hasta un punto y no llegar hasta puestos superiores de gerencia, que pueden formar parte de un "club solo para hombres". Esto también puede ser referido como el "piso pegajoso", particularmente en los casos en los que las mujeres son "bloqueadas" en puestos de niveles más bajos en la compañía.

Algunos de los informes escritos por ONGs de los países seleccionados, y todos los estudios de caso y ejemplos de estereotipos fueron preparados por los PNF de modo que realmente reflejasen la situación en sus países mejor que cualquier otra persona, definiendo, además, los argumentos de futuros estudios:

a. La necesidad de mejorar la situación económica de las mujeres.

b. La necesidad de supervisar algunas políticas de empleo.

c. La necesidad de conectar mujeres emprendedoras y empleadas.

d. La necesidad de promover la cooperación entre los antiguos países europeos y los nuevos.

e. La necesidad de consolidar la colaboración regional.

Con los resultados obtenidos se pudieron encontrar algunas semejanzas referentes a la estructura, los estudios de caso, la aproximación, los datos, las conexiones entre los patrones y los empleados pero también algunas diferencias tales como disponibilidad de datos, el foco realizado por las organizaciones, etc.

Algunos de los principales temas, presentado en la conferencia final de gran escala realizada en Bruselas, y que se pueden encontrar desarrollados más detalladamente en los informes, fueron los siguientes:

a. Las diferencias de ingresos con los hombres, la carencia del reconocimiento en los beneficios y sistemas fiscales del trabajo sin remunerar de las mujeres, el cual es esencial para la reproducción social y la carencia del ajuste de estos sistemas a las nuevas realidades sociales, tales como el aumento de hogares de un solo padre.

b. Los cambios económicos y sociales en los nuevos países miembros han tenido consecuencias negativas sobre las oportunidades de las mujeres, las cuales muchas veces se hacen inactivas, las desalientan o a veces las atrapan en trabajos desprotegidos de bajas cualificaciones.

c. La reconciliación de la vida laboral y familiar está próximamente relacionada a la modernización de las empresas, tanto de los antiguos como de los nuevos estados miembros, pero en los nuevos estados miembros aún existen algunos estereotipos muy fuertes sobre el lugar que las mujeres ocupan en la sociedad, los cuales tienen que ser resueltos y tratados a través de políticas públicas.

d. La situación de las mujeres empresarias no está bien documentada. Hay huecos, por ejemplo, sobre conocer cuál es la verdadera posición de las mujeres emprendedoras como autónomas, aunque los estudios de caso y los estereotipos proporcionados por los colaboradores nacionales fueron muy importantes para identificar a algunos de los principales puntos del porqué las mujeres se hacen autónomas o emprendedoras y de cuáles son sus verdaderos problemas. Basados en las principales conclusiones, se preparó un conjunto de recomendaciones dirigidas a los que realizan las políticas y leyes de la UE. Estas recomendaciones giran en torno a los derechos sociales y económicos de las mujeres, de las políticas económicas y sociales en el contexto de la Estrategia de Empleo y Crecimiento y del financiamiento de la UE. Estas ideas también fueron recogidas en el informe global del proyecto.

¿Se le hará seguimiento al proyecto y, si es así, cómo?

Durante las reuniones los socios discutieron recomendaciones sobre las diversas oportunidades que podían utilizarse a nivel local. Las principales ideas fueron centradas en cómo podía utilizarse los resultados para cabildear en nivel nacional y local.

Se obtuvieron los siguientes resultados:

a. Las organizaciones de mujeres en algunos de los nuevos estados miembros siguen siendo débiles en términos de realizar lobby de gobierno, las mujeres deben utilizar todas las oportunidades.

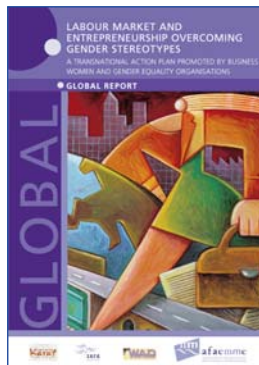
b. Las instituciones en los nuevos estados miembros todavía están luchando por los derechos y la puesta en práctica de oportunidades iguales para las mujeres.

c. Los países ex-socialistas han reducido su eficacia en definir la entrada y la retención de mujeres en el mercado de trabajo (por ejemplo, al disminuir los servicios sociales, cambiando las reglas sobre las ventajas individuales a las de la casa, bajos beneficios y oportunidades poco realistas para que las mujeres balanceen sus responsabilidades familiares y laborales).

d. Los sistemas de beneficios impositivos no han sido enfrentados para adaptarse a las realidades cambiantes, tales como el aumento en hogares de un solo padre.

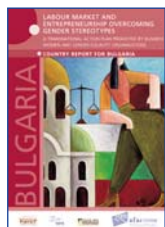


Informes



2006
**"LA ELIMINACIÓN DE LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO EN EL ÁMBITO LA-
 BORAL EUROPEO"**
 Medidas de concienciación y transmisión de experiencia
 Disponible en tres idiomas: Inglés, Italiano, Español y Francés.
 500 Pag/cu.

Informe Global
 32 Pag. + CD
 (12 informes nacionales y un informe
 global en PDF Disponible en tres
 idiomas: Inglés, Italiano, Español
 y Francés.



Country report for Bulgaria.
 30 Pag. Available in: English, Italian,
 French and Spanish.



Informe de Chipre
 22 Pag. Disponible en cuatro idiomas:
 inglés, francés, italiano y español.



Informe República Checa
 26 Pag. Disponible en cuatro idiomas:
 inglés, francés, italiano y español.



Informe Estonia
 21 Pag. Disponible en cuatro idiomas:
 inglés, francés, italiano y español.



Informe de Hungría
 24 Pag. Disponible en cuatro idiomas:
 inglés, francés, italiano y español.



Informe Letonia
 29 Pag. Disponible en cuatro idiomas:
 inglés, francés, italiano y español.



Informe Lituania
 27 Pag. Disponible en cuatro idiomas:
 inglés, francés, italiano y español.



Informe Malta
 23 Pag. Disponible en cuatro idiomas:
 inglés, francés, italiano y español.



Informe Eslovaquia
 19 Pag. Disponible en cuatro idiomas:
 inglés, francés, italiano y español.



Informe Eslovenia
 23 Pag. Disponible en cuatro idiomas:
 inglés, francés, italiano y español.



Informe Rumania
 26 Pag. Disponible en cuatro idiomas:
 inglés, francés, italiano y español.



Informe Polonia
 22 Pag. Disponible en cuatro idiomas:
 inglés, francés, italiano y español.