**PROYECTO MUJERES, DIGNIDAD Y TRABAJO**

**Términos de Referencia para la realización de Consultoría Especializada**

**ESTUDIO DE MERCADO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NEGOCIOS SOCIALES A SER GESTIONADOS POR LAS TRABAJADORAS REMUNERADAS DEL HOGAR (TRH) EN ECUADOR**

**Cofinanciamiento:** Agencia Francesa de Desarrollo – AFD

**Implementación:** CARE – Ecuador

**1. ANTECEDENTES**

Las mujeres de Ecuador enfrentan situaciones evidentes de desigualdad, exclusión y opresión, agravadas por las condiciones económicas, sociales y políticas. Persiste en el continente una cultura machista y patriarcal donde las mujeres, pese a los avances en los marcos legales, aún no disfrutan del pleno ejercicio de sus derechos.

En América Latina hay 19 millones de trabajadoras que desempeñan sus actividades remuneradas en hogares privados — representan alrededor del 7% de la ocupación urbana regional (OIT, 2012) —. Según la OIT, en América Latina se encuentra el 37% del trabajo doméstico en el mundo y es un fenómeno eminentemente femenino y urbano: las mujeres constituyen alrededor de 95% de su fuerza laboral doméstica. Y no solo es una ocupación básicamente femenina, sino que, además, desde el punto de vista cuantitativo, es la actividad más importante para las mujeres de la región: el 15,3% de ellas se desempeña como trabajadora doméstica remunerada.

Detrás de esta actividad es frecuente no solo la afectación de los derechos laborales, sino además la violación de derechos humanos, la violencia en todas sus formas y la trata de personas. Ocho de cada diez trabajadoras del hogar en la región afirman haber sido víctimas de algún tipo de violencia al ejercer su trabajo. En la mayoría de estos países, el servicio doméstico es la puerta de entrada al mercado para las mujeres más pobres, con menor nivel de educación y con un entorno de mayor exclusión social (OIT, 2011). El trabajo doméstico conlleva ingresos bajos y ha sido fundamental en la región para facilitar la inserción laboral de muchas mujeres de sectores de ingresos medios y altos, que contratan apoyo doméstico ante la insuficiencia de políticas de conciliación entre el trabajo y la familia en sus países.

A pesar del inmenso aporte que hacen las TRH al cuidar de millones de familias en América Latina, el salario promedio oscila entre los 100 y 178 dólares al mes, menos de la mitad de lo que se necesita para cubrir el costo de la canasta familiar básica en la región (680 dólares). En el caso del TRH, hasta 2013, la tasa de informalidad bordeaba el 77,5% (OIT, 2012). La mayoría no están afiliadas al seguro social ni protegidas por el Código del Trabajo vigente en su país. En el caso de las mujeres desempleadas o subempleadas, aquellas que están en mayor riesgo de ver afectados sus derechos humanos son las mujeres refugiadas o migrantes; en América Latina las TRH representan hasta el 60% de los migrantes internos y transfronterizos. A nivel interno, es común que las mujeres indígenas y afrodescendientes migren a las grandes ciudades en busca de trabajo y otras oportunidades de desarrollo personal y social.

De acuerdo con la OIT (2014) en Ecuador el total de población femenina empleada en el trabajo doméstico corresponde al 9,6% de su población. Este porcentaje es aún mayor si se incluyen las trabajadoras por hora o por día, las trabajadoras no registradas, las migrantes indocumentadas y las niñas que realizan trabajo doméstico infantil. Esto se refleja en la tasa de informalidad que es del 72,2% (SIAL-OIT con base en la Encuesta de Empleo, Desempleo, Subempleo (2012).

Para dar respuesta a este contexto se construye el proyecto Mujeres, Dignidad y Trabajo en asocio entre: Bien Humano-Colombia, Themis-Brasil y CARE-Ecuador, cofinanciado por la Agencia Francesa de Desarrollo (AFD). Este proyecto busca contribuir a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, Agenda 2030: Objetivo 5: Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas (metas 5.1, 5.2, 5.4, 5.5) / Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico (meta 8.8). El carácter regional de este proyecto permite intercambios de aprendizajes y experiencias y fortalecer el marco de alianzas de las organizaciones socias a nivel nacional y regional. De este proyecto resultará un modelo de gestión y de formación replicable para avanzar los derechos humanos y laborales de las TRH en la región.

En Ecuador el proyecto Mujeres, Dignidad y Trabajo busca contribuir a mejorar la situación de las TRH por medio del fortalecimiento de sus organizaciones poniendo en práctica la autogestión organizativa mediante el negocio social que les permita conseguir sostenibilidad económica para fortalecer sus procesos de formación en derechos humanos y laborales e incidencia política a nivel local, nacional y regional.

Con este proyecto, las TRH tendrán la oportunidad de profesionalizar sus servicios y dar pasos concretos para renegociar condiciones laborales desde criterios más justos e igualitarios, además de fortalecer su autonomía organizativa reinvirtiendo los ingresos de su negocio según sus propios intereses y agendas.

En este contexto el negocio social tiene como desafíos, por un lado, la generación de excedentes económicos que contribuyan para mejorar la situación de las TRH (valor económico) y por otro, la reinversión de esos excedentes en torno del fortalecimiento de las organizaciones sociales de las TRH, su autonomía y empoderamiento (valor social). De esa manera, la puesta en marcha del negocio social acompañará las demandas de las mujeres TRH en torno de aspectos fundamentales para sus vidas, como la construcción de espacios de fortalecimiento de sus derechos laborales – al igual que otras categorías –, el desarrollo de sus habilidades y capacidades y el fomento de espacios dignos de trabajo libres de violencia y acoso laboral. (Convenio 189/190, OIT).

Llevando en consideración estos aspectos, en Ecuador será realizado un estudio de mercado orientado a analizar la estructura y dinámica del mercado de servicios domésticos identificándose oportunidades factibles para la oferta de un portafolio servicios con padrones de eficiencia, eficacia e innovación.

Una mirada exploratoria e inicial permite observar que en estos países el mercado de servicios domésticos ha ido diversificándose para atender las demandas especialmente de estratos sociales altos y medios que absorben, en especial, fuerza de trabajo femenino. En Ecuador con base a los datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), para el año 2010, existían en el país 98 empresas dedicadas a servicios domésticos, distribuidas preferencialmente en las provincias de Pichincha (35%), Guayas (33%) y Azuay (13%). Según nota periodística del Diario El Comercio, con base a datos del Ministerio de Trabajo – Relaciones Laborales, este tipo de empresas viene creciendo y ocupando un lugar destaque en el mercado de servicios domésticos.

Estos datos aproximados serán estimados y analizados obteniendo como resultado del estudio de mercado orientado al análisis de oportunidades viables para la comercialización de un portafolio de servicios domésticos que será implementado por las TRH en sus negocios sociales en condiciones dignas de trabajo, respeto a sus derechos laborales y bienestar humano - social (Convenio OIT, 189).

**2. OBJETIVOS**

**2.1 General**

Conocer la estructura y dinámica del mercado de servicios domésticos identificando estrategias eficaces y eficientes para comercializar un portafolio con patrones de calidad e innovación.[[1]](#footnote-1)

**2.2 Específicos**

1. Conocer la oferta y la demanda de servicios domésticos focalizándose en: mercado de consumidores, servicios competidores, nivel de precios, servicios sustitutos y complementares, así como su entorno económico, social y cultural.
2. Estudiar la segmentación del mercado de servicios domésticos por medio del análisis de variables económicas, demográficas, representacionales, tipos de consumo, con la finalidad de estimar el público objetivo al cual estará dirigido el portafolio de servicios identificando sus intereses, demandas y especificidades.
3. Definir un portafolio de servicios domésticos que pueda ser comercializado en condiciones justas, dignas de trabajo y de respeto a los derechos laborales de las trabajadoras remuneradas del hogar promoviendo espacios de autonomía y empoderamiento. Por consiguiente, el estudio deberá analizar las oportunidades factibles para comercializar un portafolio de servicios domésticos de impacto social y orientado a la obtención de su sello social.
4. Analizar las percepciones sociales de las TRH y de empleadores acerca de la oferta y demanda de servicios domésticos, identificando fortalezas y debilidades, así como estrategias de implementación y comercialización, que puedan ser viabilizadas para mejorar e innovar los servicios.

**3. ENFOQUE**

En el desarrollo de la consultoría se considerarán los enfoques de igualdad de género, derechos humanos – trabajo decente y derechos económicos y sociales:

**Igualdad de Género:**

* Este enfoque contribuirá para el análisis de las percepciones de género (roles y papeles) que influyen en el consumo de servicios domésticos, las cuales deben ser comprendidas dentro de un campo más amplio de interrelaciones y representaciones simbólicas. LAGE (2017),[[2]](#footnote-2) analiza que las familias con valores más tradicionales-patriarcales sobre los papeles de hombres y mujeres contratan menos servicios domésticos en comparación con aquellas que poseen valores más abiertos y flexibles. Según la autora, en los grupos familiares tradicionales, el trabajo doméstico es percibido como una actividad exclusiva de “madres” y “esposas”, por lo tanto, la contratación de TRH es percibida como no prioritaria, además de considerar a estas trabajadoras como “ajenas” a la vida familiar”. Las percepciones de género ocupan un lugar de destaque tanto cuanto otras variables, como la renta, e inciden en las tendencias del mercado consumidor de servicios domésticos.
* Asumiendo el género en su opción política, este enfoque permitirá analizar, evaluar y cuestionar las desigualdades y jerarquías organizadas en el mercado de servicios domésticos resultantes de factores altamente heterogéneos y complejos del sistema patriarcal que aún persisten en las sociedades contemporáneas.
* Por lo tanto, posibilitará la identificación de estrategias orientadas a la desconstrucción de esas prácticas frecuentemente naturalizadas en la vida social y que se extienden a otras esferas económicas y políticas.

**De Derechos humanos – Trabajo Decente:**

* Por medio de este enfoque se pretende contribuir a la definición de una propuesta de negocio social desde una perspectiva de desarrollo socioeconómico, orientada a“ corregir prácticas discriminatorias y el injusto reparto del poder que obstaculizan el progreso en materia de desarrollo”.[[3]](#footnote-3)
* Analizar las estrategias del negocio social alineadas al proyecto enmancipatorio de las mujeres que comprende los derechos humanos como una herramienta importante para lograr el reconocimiento de su igualdad y autonomía.[[4]](#footnote-4)
* Se toma en cuenta el concepto de Trabajo Decente definido por la organización Internacional del Trabajo (OIT), como un trabajo adecuadamente remunerado, ejercido en condiciones de libertad, equidad y seguridad, capaz de garantizar una vida digna.
* El trabajo decente es una condición fundamental para superar la pobreza, reducir las desigualdades sociales, garantizar la gobernabilidad democrática y el desarrollo sostenible. El elemento central del concepto de trabajo decente es la igualdad de oportunidades y de trato y el combate a todas las formas de discriminación, especialmente de clase, género, raza/etnia y generacional.
* A partir de esas consideraciones el análisis de la propuesta de comercialización de servicios domésticos deberá llevar en consideración estrategias que permitan la oferta de estos servicios en condiciones dignas y de respeto a los derechos laborales de las TRH, a fin de preservar su salud, física y mental.[[5]](#footnote-5) (Convenio 189, OIT).

**De Derechos Económicos y Sociales:**

* Este enfoque permite analizar la contribución del trabajo doméstico para el mantenimiento, reproducción y desarrollo de la sociedad, bien como para la superación de representaciones dicotómicas, asimétricas y discriminatorias de la división sexual del trabajo, la organización de la esfera pública-privada y los roles de hombres y mujeres, heredadas del sistema patriarcal altamente persistentes en las sociedades modernas. En este sistema estas representaciones dicotómicas han estado acompañadas de procesos complejos de invisibilidad y desvalorización del trabajo doméstico generalmente asignado y naturalizado al campo de lo femenino.
* Desnaturalizar el trabajo de cuidado-doméstico concebido como algo inherente a lo femenino y percibido de carácter secundario, supone visibilizar los contextos, espacios y lugares donde este trabajo es realizado (familiar, inter-familiar o comunitario). Implica la definición de acciones que permitan su valorización y reconocimiento promoviendo en un sentido amplio la consecución de derechos sociales y económicos (León, 2009)[[6]](#footnote-6).
* Valorizar el trabajo doméstico demanda también de acciones que fortalezcan su valor social y económico posibilitando la construcción de una sociedad más justa e igualitaria pactada por la consecución de derechos fundamentales: sociales y económicos.
* Llevando como referencia este enfoque, el estudio de mercado debe analizar las estrategias necesarias para comercializar un portafolio de servicios domésticos orientado a promover la valorización y visibilidad económica y social del trabajo doméstico posibilitando la puesta en marcha de abordaje alineado a derechos económicos y sociales de las mujeres.

**4. METODOLOGIA**

El estudio de mercado será desarrollado por medio de una metodología cuali-cuantitativa siguiendo procedimientos necesarios a fin de garantizar la confiabilidad y validez de la información. Serán realizadas las siguientes etapas:

*Etapa 1: Levantamiento, procesamiento y análisis de datos secundarios*:

Esta fase será realizada tomando como referencia indicadores claves que permitan comprender de modo adecuado la estructura del mercado de servicios domésticos, su entorno cultural, social y económico. Se recomienda consultar las Bases de Datos de: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), Ministerio de Relaciones Laborales–Trabajo (MT), Censo de Población y Vivienda, entre otras sugeridas por el/a consultor/a.

*Etapa 2: Levantamiento, procesamiento y análisis de datos primarios:*

El levantamiento de datos primarios será realizado por medio de la combinación de las técnicas de encuesta y entrevista sami-estructurada.

**La encuesta** será definida llevando en consideración especialmente los siguientes aspectos: a) estructura del mercado de servicios domésticos[[7]](#footnote-7) (consumidores, compradores, precio, competidores, servicios sustitutos y complementares), b) segmentación del mercado (variables económicas, demográficas, tipos de uso, geográficas, comportamentales, etc.,), mercado-meta (demandas, perfil, cobertura, modalidades, etc.) y estrategias de comercialización. La encuesta será aplicada de acuerdo a una muestra representativa (índice de confianza) con segmentos de mercado previamente definidos (p.ej. familias y empresas) y por medio de una red electrónica (montaje en línea).

**La entrevista semi-estructurada** será diseñada en base a la selección de variables relacionadas a la percepción de las TRH sobre la oferta y demanda de servicios domésticos (entre otras). Sera aplicada preferencialmente con lideresas de las organizaciones sindicales de TRH y algunos empleadores (porcentaje menor).

El procesamiento de datos cuantitativos y cualitativos podrá ser realizado por medio de la utilización de softwares (SPSS y ATLAS Ti), teniendo como referencia una propuesta preliminar para de tabulación y cruce de variables.

El análisis de datos tendrá como desafío la descripción estadística-descriptiva y cualitativa-representacional de variables-claves propuestas para realización de este estudio con foco en el alcance de sus objetivos propuestos.

**5. ÀREA GEOGRÁFICA**

La selección de las áreas identificadas en cada provincia para levantar la información será definida en conjunto con las lideresas de los sindicatos de las mujeres TRH y socios de CARE, quienes acompañarán el proceso.

**6. PRODUCTOS**

A través de la presente consultoría se **elaborarán los siguientes productos:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Productos** | **Tiempo de entrega** |
| **Producto 1. Plan de trabajo y propuesta metodológica:** criterios metodológicos para la definición de las técnicas de investigación (encuestas y entrevistas semi-estructuradas), selección/cálculo de muestras, matriz de indicadores, cronograma de actividades y estructura del documento.  En términos amplios debería considerarse:  Índice de informe final (Ver anexo I).  Matriz de datos secundarios (banco de datos)  Criterios metodológicos, criterios de selección de la muestra, selección de variables y matriz de cruce de variables  Construcción de instrumentos de investigación (cuestionarios y entrevistas semi-estructuradas)  Validación de los instrumentos de investigación | 01/09/19 – 18/09/19 |
| **Producto 2. Documento de revisión del análisis de datos secundarios y primarios.** incluye las siguientes actividades:  Levantamiento y análisis de datos secundarios (Matriz – Banco de datos)  Montaje de la red electrónica para aplicación de la encuesta.  Aplicación de la encuesta con públicos definidos (segmentos de mercado) y entrevistas semi-estructuradas con lideresas TRH y empleadores.  Procesamiento y análisis integrada de datos primarios (entrevistas semi-estructuradas y encuestas).  Conclusiones | 19/09/19 – 06/11/19 |
| **Producto 3: Informe preliminar y Validación del estudio de mercado** de servicios domésticos con foco en el análisis de datos secundarios y primarios. Validación con el equipo técnico del proyecto, sindicatos de las TRH. Estudio con foco en la definición de estrategias de comercialización de un portafolio de servicios domésticos con padrones de eficacia y eficiencia para segmentos previamente definidos (mercado-meta). Abordaje de un enfoque de género y valor social como transversales en la definición de la propuesta. | 07/11/19 – 21/11/19 |
| **Producto 4: Informe final y Validación del Estudio de Mercado** | 21/11/19 – 01/12/19 |

**7. ACTIVIDADES**

1. Preparar el marco conceptual y metodológico del estudio: etapas y actividades, definición de objetivos, alcance, justificativa e instrumentos (encuestas y entrevistas semi-estructuradas).
2. Definir matriz de datos secundarios y verificación de fuentes de investigación (base de datos).
3. Elaborar matriz de selección y cruce de variables (encuesta).
4. Levantar, procesar y analizar datos secundarios y primarios,
5. Validación de la información con las organizaciones sindicales de las mujeres TRH.
6. Participar en reuniones periódicas con el equipo técnico para la socialización de aportes y revisión de avances.
7. Elaborar informes periódicos de avance.
8. Elaborar informe final.

**8. PERFIL REQUERIDO**

**En investigaciones y estudios**

Estudios de cuarto nivel en Administración de Empresas, Economía, Ingeniera Comercial y afines

**Experiencia general:**

Experiencia laboral certificada mínima de cinco (5) años en investigaciones y estudios de mercado.

**Experiencia específica**:

* Conocimientos y experiencia en la realización de consultorías e/o estudios de mercado.
* Conocimiento en la aplicación de metodologías cuantitativas y cualitativas de investigación.
* Experiencia en el montaje de encuestas en red electrónica.
* Dominio en el análisis estadístico-descriptivo de datos.
* Dominio en el análisis de datos cualitativos con enfoque de género.
* Manejo de herramientas informáticas para el procesamiento de la información.
* Manejo de metodologías para consulta de banco oficiales de datos.
* Experiencia en trabajo con organizaciones de mujeres y enfoque de género.
* Capacidad de trabajo en equipo.

**9. TIEMPO DE CONSULTORÍA**

La consultoría será realizada en un período de tres meses de septiembre a diciembre de 2019.

**10. LUGAR DE TRABAJO**

El estudio de mercado será realizado nivel inter-local. Las encuestas (en red electrónica) serán realizadas en las provincias de Guayas, Pichincha, Esmeraldas, Cañar, Imbabura y Carchi y las entrevistas semi-estructuradas (en campo) serán aplicadas en las ciudades de Quito y Guayaquil.

**11. ADMINISTRADOR DEL CONTRATO**

El acompañamiento se realizará a través de un comité técnico conformado para el efecto.

**Comunicación y coordinación del Equipo de consultoría con CARE**

Adicionalmente, el/la consultor/a responsable participará en reuniones periódicas de análisis y debate con el equipo técnico del proyecto, y con otros actores contraparte. Los instrumentos y metodologías que se establezcan para el estudio serán validados y aprobados por el equipo técnico y lideresas de los sindicatos de TRH, será entregados como anexos del informe final. El seguimiento y avance de la consultoría estará a cargo del oficial del proyecto en Ecuador, en estrecha intercomunicación con la Directora de País, la Responsable de Negocio Social de la Región y la Coordinación Regional del Proyecto.

**12.TIPO DE CONTRATO Y DURACIÓN**

La realización de la presente consultoría será realizada mediante un contrato de prestación de servicios profesionales. El proceso completo del estudio de mercado se extenderá desde el 01 de septiembre hasta el 01de diciembre de 2019, culminando con la aprobación del cuarto producto y emitiendo el pago correspondiente.

**13. CONDICIONES DE PAGO**

El pago de la consultoría se la realizará por producto, según la siguiente distribución:

* Producto 1: 10%
* Producto 2: 40%.
* Producto 3: 20%.
* Producto 4: 30 %.

**14. COORDINACIÓN**

La consultoría coordinará directamente con Comité Técnico constituido poroficial del proyecto en Ecuador, Directora de País, la Responsable de Negocio Social de la Región y la Coordinación Regional del Proyecto.

**15. LUGAR PARA LA ENTREGA DE LA PROPUESTA**

La persona o empresa interesada entregará la propuesta vía mail al siguiente correo electrónico: [ecu.care@care.org](mailto:ecu.care@care.org) hasta el día 27 de agosto de 2019.

**Nota**: Solamente los/as candidatos/as preseleccionados/as serán contactados/as.

**16. POLITICAS A APLICAR**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ACCIÓN | NOMBRES APELLIDOS | CARGO |
| Elaborado por: | Alejandra Gavilanes  Nubia Zambrano  Johanna Aguirre – CARE Ecuador |  |
| Revisión | Ada Zambrano  Freddy Huaraca |  |
| Aportes | UNTHA  Alexandra Moncada, |  |
| Revisión | Marina Olgier |  |

**(Anexo I)**

**PROPUESTA DE INDICE PARA ELABORACION DE INFORME FINAL**

**1. Introducción**

**2. Marco Conceptual y Teórico**

**3. Objetivos**

**4. Justificativa y Alcance**

**5. Diseño Metodológico y Estratégico del Estudio de Mercado**

5.1. Metodología Cualitativa

5.2. Metodología Cuantitativa

**6**. **Cobertura Geográfica y Caracterización**

**7.** **Estructura y Contextualización del Mercado de Servicios Domésticos**

7.**1. Entorno Local, Social y Cultural**

7.2 **Caracterización y Análisis del Mercado Consumidor**

7.3. **Caracterización de Sectores Competitivos**

7.4. **Descripción de Servicios Sustitutos y Complementares**

7.5 **Análisis de Estrategias de Innovación**

7.6 **Segmentación y Estratificación**

7.6.1. Caracterización Socioeconómica y Demográfica

7.6.2. Aspectos Geográficos y Cobertura

7.6.3. Aspectos Representacionales de Género

7.6.4. Demandas y Tendencias de Consumo

7.6.5. Aspectos Comportamentales y Culturales

**8. Análisis y Caracterización de Público Objetivo – Mercado Meta**

8.1. **Caracterización Socioeconómica**

8.2. **Tendencias, Necesidades y Demandas de Consumo**

8.3. **Análisis Fortalezas, Oportunidades, Amenazas y Debilidades**

8.4. **Estrategias de Innovación y Complementariedad**

**9. Propuesta del Portafolio de Servicios Domésticos**

**9.1. Caracterización y Especificidades**

**9.2. Cobertura, Precio, Modalidades y Estrategias**

**9.3. Procesos de Innovación e Diferenciación**

**9.4. Padrones de Innovación y Competitividad**

**9.5. Percepciones y propuestas de las TRH**

**10. Estrategias de Comercialización y Mercadeo**

**10.1. Descripción y Caracterización**

**10.2. Estrategias y Factibilidad**

**10.3. Percepciones y Propuestas de las TRH y de Empleadores**

**11. Conclusiones y Aproximaciones**

**12. Bibliografía**

**13. Anexos**

**13.1. Lista de Siglas**

**13.2. Lista de Gráficos**

**13.3. Lista de Tablas**

**13.4. Registro Fotográfico**

1. Los servicios domésticos propuestos engloban actividades de limpieza, alimentación, y actividades complementares como ayuda en el cuidado de niños y otras actividades complementarias. [↑](#footnote-ref-1)
2. LAGE, María de Fátima. **Trabajadoras Domésticas en el Brasil, Cortes, Formas de Contratación y Familias Contratantes.** Universidad Federal de Minas Gerais (UFMG). Belo Horizonte. Brasil. 2017. [↑](#footnote-ref-2)
3. Oficina del Alto comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos, Preguntas Frecuentes sobre el enfoque de *Derechos Humanos en la Cooperación* *al Desarrollo*, Naciones Unidas, New York y Ginebra, 2006, p. 15. [www.ohchr.org/Documents/Publications/FAQsp.pdf](http://www.ohchr.org/Documents/Publications/FAQsp.pdf) [↑](#footnote-ref-3)
4. Con la declaración Universal de los Derechos Humano, en el contexto de creación de la ONU, las mujeres reivindicaron sus derechos humanos. Fue creada la Convención sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW), primer instrumento creado en torno de la promoción de la igualdad de derechos de las mujeres. [↑](#footnote-ref-4)
5. ABRAMO, Laís. Una década de promoción de trabajo decente en Brasil: una estrategia de acción basada en el diálogo social. Organización Internacional del Trabajo. Ginebra: OIT, 2015. [↑](#footnote-ref-5)
6. . LEÓN, Magdalena. **Cambiar la economía para cambiar la vida. Desafíos de una economía para la vida. *In*:** El buen Vivir. (Org,) ACOSTA, Alberto Abya-Yala. Quito. Ecuador. 2009. [↑](#footnote-ref-6)
7. Las variables propuestas están basadas en el enfoque de las cinco fuerzas del Modelo de Porter y de la sexta fuerza del modelo de Ghemwat consideradas por los autores como relevantes para la realización de estudios de mercados. [↑](#footnote-ref-7)