

LA EMPRESARIALIDAD FEMENINA Y SU IMPACTO EN LA COMPETITIVIDAD

Panamá muestra importantes avances en la igualdad de género, donde ha crecido la participación laboral femenina, sus niveles de instrucción y cada vez más mujeres ocupan puestos directivos. Aunado a lo anterior, los datos indican que la mujer ocupa el mayor porcentaje de egresados en la universidad, lo que vislumbra el alto potencial de este segmento de la población para desarrollar actividades productivas.

El país presenta un crecimiento económico moderado de 5.9% al I trimestre 2015, y un desempleo a marzo de 5.2%. Dicho desempeño debe traducirse en desarrollo, el cual tiene que ser inclusivo considerando el rol tanto del hombre como de la mujer; en el mejoramiento del capital humano, en la innovación, tecnologías y emprendimientos.

El posicionar a la mujer en la actividad empresarial promueve el aprovechamiento de sus capacidades en el entorno de la economía nacional y por ende aumenta su desarrollo productivo, permitiendo generar empleo e ingresos, reflejando así sus aportes en el crecimiento económico y en la competitividad del país.

La Mujer en Panamá

Según los últimos datos disponibles por la CEPAL, Panamá con una tasa de participación femenina en el empleo de 48%, se encuentra sensiblemente por debajo de la media de la Región Latinoamericana (50.4), aunque ocuparía la primera posición de los países de Centroamérica, pero la séptima en los países de A.L.

Situación que se refleja también en el Índice Global de Competitividad 2014-2015 (FEM), donde Panamá muestra fortalezas en indicadores como calidad en infraestructuras de transporte y portuarias, facilidad de acceso a préstamos, solidez del sistema bancario, entre otros; pero

en el único indicador que abarca el tema de género – participación laboral femenina- ocupó la posición 113 de 144 economías.

A marzo 2014, el 39.8% de la población ocupada eran mujeres mientras que el 60.2% correspondía a hombres, a pesar de contar con menor participación en la población empleada, la participación femenina en el empleo en los últimos años ha pasado de 461 mil en el 2005 a 675 mil en el 2014. En cuanto a la población desocupada, el mayor porcentaje lo reflejan las mujeres con un 54% de dicha población.

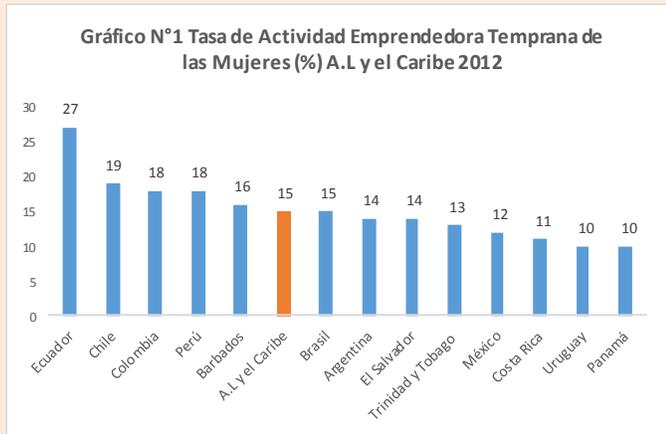
Por otro lado, la población no económicamente activa, muestra que la participación de mujeres y hombres sigue sujeto a los roles tradicionales de género, de manera que prevalece el rol de provisión de cuidados y servicios en el hogar (no remunerados) entre las mujeres, mientras que en el hombre lo hace como el de proveedor económico. De hecho, la condición de no actividad económica predominante entre los hombres es la de estudiante, mientras que entre las mujeres, por mayoría es la trabajadora de hogar no remunerada (o “ama de casa”).

Conforme a los datos del Global Entrepreneurship Monitor 2013, Panamá tiene una tasa de actividad emprendedora temprana (TEA) –es decir, el porcentaje de la población de 18 a 64 años que ha tomado acciones en los últimos 12 meses hacia la puesta en marcha de un nuevo negocio y personas que tienen un negocio establecido de 3.5 años o menos- que se sitúa en el 17% para las mujeres y un 24% en el caso de los hombres. Resultado similar al obtenido para A.L donde el país muestra resultados muy por debajo del resto de los países de la región. Ver Gráfico N°1.

A pesar de contar con poco menor porcentaje de ocupación, una mayor proporción de desocupados, y una baja participación en emprendimientos; las mujeres



destacan en lo relacionado al grado de instrucción en el nivel universitario.



Fuente: informe Empresarialidad Femenina.

La relación entre el número de mujeres y hombres matriculados en la enseñanza superior, es que por cada hombre matriculado hay 1.6 mujeres. En el 2013 la cantidad de mujeres que obtuvieron un título universitario en Panamá duplicó a la de hombres (frente a un total de 14,300 mujeres que lograron obtener un título universitario, solo 7,213 varones hicieron lo propio). La brecha entre hombres y mujeres que obtuvieron títulos superiores no universitarios es aún más grande, ya que de cada 100 graduandos, 75 son mujeres (INEC, 2014b).

En cuanto al perfil del emprendimiento femenino el 77% iniciaron su actividad por oportunidad – no por necesidad– contra un 84% de los hombres, lo que refleja una mayor prevalencia del emprendimiento entre los hombres que entre las mujeres, siendo precisamente la “oportunidad” un factor principal del aprendizaje de alto crecimiento.

Panamá ocupa la novena posición de 20 economías en A.L y el Caribe en el Índice del Entorno Empresarial para Emprendedoras (WEVentureScope) (The Economist, 2013). Este índice evalúa el entorno para apoyar y fomentar el crecimiento de empresas de mujeres; arrojando como resultado para Panamá que “las mujeres que son propietarias o administradoras de micro, pequeñas y medianas empresas enfrentan bajos Riesgos de Operación de Negocio y tienen buen acceso a Servicios Sociales. No obstante, el Acceso a Financiamiento es bajo, los

Programas de Diversidad de Proveedores siguen siendo escasos en el sector público, y la Formación de Capacidades y Habilidades no cubre a un amplio segmento de mujeres”.

Lo anterior se afianza en uno de los hallazgos del Informe Empresarialidad Femenina en Panamá: Mujeres Apropriadose de las Oportunidades, donde se señala que *“El crecimiento de la participación laboral de las mujeres, de sus niveles de instrucción,... son la muestra del gran cambio que, a nivel de autonomía y empoderamiento económico, están experimentado las mujeres panameñas. A pesar de ello, las mujeres aún continúan siendo la inmensa mayoría de la población no económicamente activa por trabajo en el hogar y ocupándose de la gran parte del trabajo doméstico. ... desaprovechando, en ese sentido, todo el potencial que ofrecen las mujeres en los sectores que son tractores de la economía panameña. En este sentido, la empresarialidad de las mujeres se constituye en una vía principal de aprovechamiento de todo ese potencial.”*

Recomendaciones

Conociendo el potencial que existe en las mujeres panameñas se hace necesario ejecutar acciones que permitan su mejor aprovechamiento y desarrollo y que su educación redunde en un beneficio para el crecimiento económico del país, sin dejar de lado la innovación. Entre algunas recomendaciones que se desprenden del estudio se encuentran:

- Establecimiento de una Estrategia de Empresarialidad Femenina, para que las mujeres con perfiles de altos niveles de conocimientos y experiencia valoren la creación de empresas como opción profesional.
- Articular una estrategia de fortalecimiento que transformen a las empresarias de necesidad en empresarias de oportunidad, que incluya acceso a financiamiento, tecnología e innovación.

Todas las propuestas planteadas no son más que un punto de partida que, en el marco del proyecto Canal de Empresarias -que ejecuta la Ciudad del Saber, apoyados por el BID, habrá que contrastar, consensuar, probar y validar con los participantes del ecosistema.

