

Empresarialidad femenina en Panamá: mujeres apropiándose de las oportunidades



Canal de
Innovación
Ciudad del Saber

© 2015 Centro de Innovación de Fundación Ciudad del Saber & Fondo Multilateral de Inversiones.

La presente publicación ha sido financiada por el proyecto CANAL DE EMPRESARIAS: PROMOCION DE UN ECOSISTEMA FAVORABLE AL EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARIALIDAD FEMENINA EN PANAMA (No- ATN/ME-13997-PN/ PN-M1024) cofinanciado por el Centro de Innovación de Fundación Ciudad del Saber y el Fondo Multilateral de Inversiones, miembro del Grupo Banco Interamericano de Desarrollo).

La información y las opiniones presentadas en esta publicación, son de las y los autores y no representan necesariamente la posición oficial del Banco Interamericano de Desarrollo.

Queda permitido reproducir esta publicación parcial o totalmente, siempre y cuando se tenga consentimiento previo de la Fundación Ciudad del Saber & Fondo Multilateral de Inversiones y su autoría quede atribuida.

© 2015 ENRED Consultoría Panamá.

Mayo 2015

Introducción

Panamá se encuentra en un momento excepcional de **expansión económica**, repleta de oportunidades en sectores tructores como el transporte (asociado a las actividades del Canal), el comercio, el turismo, la construcción o el sistema bancario, por citar los más relevantes. Pero también se trata de un momento clave en la medida en que ese crecimiento debe trabajarse para hacerse económica y socialmente sostenible.

Se precisa, en ese sentido, de una decidida apuesta por la aplicación de políticas que promuevan una economía más competitiva, en la que se mejore el capital humano, se invierta en innovación y tecnología o se apoye el crecimiento y la consolidación de la micro y pequeña empresa, entre otras medidas.

En este contexto de oportunidades, es del mismo modo fundamental el fomento de una **cultura emprendedora**, generando reparto y distribución de la riqueza, a la vez que se contribuye a dinamizar la economía. La existencia de un tejido empresarial más amplio, y a la par conectado e innovador, constituyen la garantía de sostenibilidad de la economía panameña en un entorno globalizado.

La generación de tejido empresarial es crucial que se realice, además, con todo el **potencial de capital humano, liderazgo, creatividad y visión de las mujeres** quienes, a tenor de los avances registrados en materia educativa, constituyen la **principal cantera de emprendimiento en el país**.

El proyecto **CANAL DE EMPRESARIAS- Promoción de un Ecosistema Favorable al Emprendimiento y Empresarialidad Femenina en Panamá** pretende impulsar todo ese potencial “femenino”, promoviendo la cultura emprendedora entre las mujeres, incentivando el salto del autoempleo a la empresa, y expandiendo los negocios de las empresarias ya consolidadas. Objetivo que persigue alcanzarse mediante el despliegue de una estrategia de trabajo directo con estas mujeres, pero también enfocando las energías hacia el ecosistema empresarial, donde se encuentran, generalmente, los principales factores limitantes de la actividad empresarial de las mujeres.

¿Qué situación caracteriza a Panamá en términos de empresarialidad femenina? ¿Qué potencialidades ofrece en ese sentido? ¿Qué caracteriza a la actividad emprendedora de las mujeres en comparación con los hombres? ¿Y sus empresas? ¿En qué sectores se ubican?

Ofrecer una radiografía lo más precisa posible sobre la situación de empresarialidad de las mujeres en Panamá, mediante la explotación de la información estadística disponible, ha sido el principal objetivo de este informe. Sus hallazgos, en este sentido, pretenden constituirse en uno de los ejes centrales de la línea de base que regirá la formulación y diseño de posteriores actuaciones del proyecto **CANAL DE EMPRESARIAS**. También aspira a ser un informe de referencia que suscite el interés de organizaciones, actores económicos o medios de comunicación con un papel en la materia.

Este informe constituye, en todo caso, un primer hito de conocimiento, que será completado con una encuesta directa a las mujeres beneficiarias del proyecto en fases posteriores.

Contenido del informe

Para dar respuesta a estos objetivos, el informe **EMPRESARILIDAD FEMENINA EN PANAMÁ: MUJERES APROPIÁNDOSE DE LAS OPORTUNIDADES** hace un recorrido por los principales rasgos que definen la empresariedad de mujeres en la República de Panamá. Al mismo tiempo se detiene a contextualizar estos rasgos en los escenarios económicos, de empleo y de igualdad de género en los que se desenvuelve, en la medida en que influyen, a la vez que deberán ser influenciados, en la potenciación del emprendimiento y empresariedad. El informe, por otro lado, no solo se detiene a explorar el estado de empresariedad de hoy, sino también la futura, en función de la cantera de emprendedoras de las que dispone el país.

En concreto, **EMPRESARILIDAD FEMENINA EN PANAMÁ: MUJERES APROPIÁNDOSE DE LAS OPORTUNIDADES** se compone de los siguientes epígrafes:

- **Panamá en contexto.** Análisis de los principales indicadores económicos, de empleo y de igualdad de género en la República, como factores que influyen en la empresariedad desde el enfoque de género.
- **Cantera de emprendedoras.** Identificación del volumen y características de la cantera de emprendedoras en Panamá, entendiendo por tales a las mujeres con niveles educativos superiores y a las directivas y profesionales.
- **Actividad emprendedora.** A partir de la explotación de los microdatos de GEM Panamá 2013, índice de referencia mundial en materia de actividad emprendedora, se analizan sus indicadores con relación a las mujeres, en comparación con los hombres, y respecto a los valores ofrecidos en la Región LAC.
- **Actividad independiente.** Explotación completa de los datos estadísticos de la Encuesta de Mercado Laboral del INEC, de la que se extraen cuestiones como el volumen, la evolución y las características de la población ocupada por cuenta propia y patrona/dueña de negocios, con énfasis en las mujeres.

Principales hallazgos

El análisis de los indicadores de contexto de Panamá alude a un escenario económico y de empleo con perspectivas muy halagüeñas de **crecimiento y expansión**, aunque también ponen sobre la mesa el **reparto desigual** de las oportunidades que se está produciendo y los desequilibrios existentes en el mercado laboral. Las inmensas diferencias entre la población urbana, rural o indígena, así como los diferenciales entre los sectores que acaparan el PIB y los que concentran el empleo, son indicativos de estas desigualdades y desequilibrios.

En este mismo contexto, los **avances en igualdad de género** son innegables. El crecimiento de la participación laboral de las mujeres, de sus niveles de instrucción, la ocupación más cualificada o su presencia en puestos directivos son la muestra del gran cambio que, a nivel de autonomía y empoderamiento económico, están experimentando 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. Mientras, en el mercado laboral, persiste una fuerte segregación sectorial y ocupacional por sexos, 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 empresariedad de las mujeres se constituye en una vía principal de aprovechamiento de todo ese potencial.

Cuando se habla de potenciar la empresarialidad de las mujeres, no solo es importante tener en cuenta a las emprendedoras y empresarias existentes, sino también atender a otros colectivos de mujeres que pueden constituirse en futuras empresarias. Se considera, al respecto, que son las mujeres con niveles educativos superiores, las directivas y las profesionales las que, en términos de capacitación y experiencia, representan el **capital semilla del porvenir empresarial del país**.

El análisis acerca de este perfil de mujeres ha evidenciado, en primer lugar, la existencia de una **mayor potencialidad empresarial**, de acuerdo a los niveles de instrucción, **entre las mujeres** que entre los hombres. Al añadir la especialización al nivel instrucción, entonces sale a la luz que esa cantera de empresarialidad “femenina” se dirige, fundamentalmente, hacia la **educación, la salud y el turismo** pero, al mismo tiempo, hacia la **gestión empresarial**, habida cuenta del importante volumen de licenciadas y mujeres con Maestrías en el área de la Administración de empresas, el Derecho, el Mercadeo, las Finanzas o la Gerencia Estratégica, un germen sin igual del futuro empresarial “femenino”.

Panamá ostenta, además, unos niveles considerables de **mujeres directivas**, y también de **profesionales**. Esta segunda fuente de empresarialidad se concentra, esencialmente, en los sectores del comercio, la restauración, la enseñanza, los servicios sociales y la salud, al mismo tiempo que los índices de femineidad revelan una proporción de directivas y profesionales superior a los hombres en otros sectores como el de las actividades inmobiliarias, las actividades financieras y de seguros, o incluso en sectores muy masculinizados como el minero.

Emerge, por tanto, **un colectivo de mujeres altamente cualificadas y con experiencia**, con las que habrán de trabajarse estrategias de fomento de la cultura emprendedora, con visión sectorial y orientación hacia los nichos de oportunidad.

Sin embargo, a tenor de las cifras sobre emprendimiento y empresarialidad, parece no estar sacándose partido de ese gran potencial.

Los diferenciales de género en las **tasas de actividad emprendedora**, extraídos del GEM Panamá, apuntan a una brecha de género importante en este sentido, acentuada además por unas **tasas de actividad emprendedora establecida**, tanto de hombres como de mujeres, bastante reducida en comparación con los países de su entorno. Entre los emprendedores y emprendedoras predominan los motivos de oportunidad en la creación del negocio, pero esta circunstancia es más común en los hombres y no se debe perder de vista que un 23% de las mujeres se inician en la actividad emprendedora por necesidad. Además, las emprendedoras se concentran en muy pocas actividades (básicamente comercio, hoteles y restaurantes) y se observa una ausencia casi plena en sectores centrales de la economía panameña como el transporte, el comercio al por mayor, la construcción,..., o en sectores de innovación como el de la información y las comunicaciones. Entre los hombres parece darse, al respecto, una mayor apropiación de las oportunidades.

Por otro lado, los rasgos típicos de la actividad emprendedora de mujeres aluden a la escasa introducción de tecnología, una baja actividad exportadora y un tamaño pequeño, cuando no se trata de negocios “unipersonales”, factores clave, todos ellos, para la competitividad empresarial. También es cierto, no obstante, que los diferenciales de género no son demasiado significativos con relación a estos rasgos, si bien las pequeñas distancias terminan favoreciendo a los hombres.

El contraste de los datos GEM con los datos sobre ocupación de la Encuesta de Mercado Laboral del INEC, insisten en apuntar tendencias similares.

Aparece, de este modo, una **baja actividad empresarial en Panamá**, de manera particular en el caso de las mujeres, si bien es cierto que el crecimiento experimentado en la última década, en términos de empresarialidad, ha sido protagonizado fundamentalmente por ellas.

Asimismo, el grueso de la actividad independiente se corresponde con empleo por cuenta propia, de manera que solo una de cada diez personas son patronos o patronas de negocio (es decir, cuentan con personal asalariado), un ratio que es incluso inferior entre las mujeres. Si las mujeres en la actividad independiente se encuentran infra-representadas, aún lo son más en la propiedad de negocios.

De las mujeres que ejercen por **cuenta propia** aflora su concentración en dos sectores principales: el comercio y la industria manufacturera, aunque también encuentran relevancia los sectores de “otras actividades de servicios”, la agricultura, los servicios sociales y de la salud, y los hoteles y restaurantes. Apenas ejercen como gerentes, se concentran en ocupaciones poco cualificadas (vendedoras, artesanas y trabajadoras no cualificadas) y en ellas se dan niveles considerables de informalidad, subempleo y ocupación a tiempo parcial. Perfil de empresariedad que ofrece indicios de precariedad y que parecen hallarse más cerca del emprendimiento por necesidad que por oportunidad.

Entre las **patronas o dueñas de negocio** la situación es, ciertamente, algo más favorable. A nivel sectorial son los sectores hoteleros y de restauración, junto con el comercio, los que copan la actividad de las dueñas de negocio. “Otras actividades de servicio”, las actividades profesionales, científicas y técnicas, la industria manufacturera y la agricultura, les siguen en términos de importancia. La dirección y gerencia es la segunda ocupación más numerosa, aunque predomina la figura de trabajadora de los servicios y venta de comercio. Sus niveles de informalidad y subempleo son bastante inferiores, pero continúa apareciendo cierto subempleo por escasez de ingresos. Este segundo perfil de empresariedad “femenina”, minoritario, apunta, por tanto, a una empresariedad algo más “establecida”, pero en la que se identifican amplios márgenes de mejora.

Y es que, si se tienen en cuenta las características de los sectores típicos de empresariedad “femenina”, aparecen atributos como bajos niveles educativos y salariales entre su población ocupada, o escasa presencia de las pequeñas y medianas empresas, a excepción, únicamente, del sector de servicios sociales y de la salud. Al mismo tiempo, las mujeres cuentapropistas y dueñas de negocio concentran su actividad, en menor proporción que los hombres, en sectores de oportunidad (básicamente en comercio, restaurantes y hoteles), con escasa presencia en otros sectores de la economía como el transporte, la información y la comunicación, las actividades financieras, las inmobiliarias o la construcción.

Un alto potencial de empresariedad en las mujeres, frente a unas brechas de género en tasas de actividad emprendedora, un contingente de mujeres por cuenta propia muy cercanas al emprendimiento por necesidad y un reducido número de empresarias establecidas, todo ello aderezado por una importante concentración sectorial, constituyen los ingredientes sobre los que hacer bascular las estrategias de intervención para el fortalecimiento de la empresariedad de las mujeres en Panamá.



Principales cifras

Panamá en contexto

PRODUCTO INTERIOR BRUTO



PRINCIPALES SECTORES DE LA ECONOMÍA (% PIB). 2012



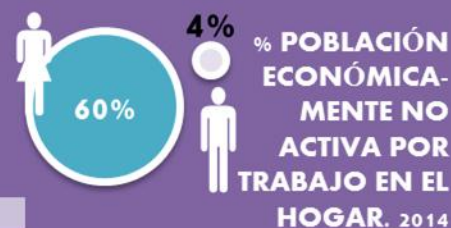
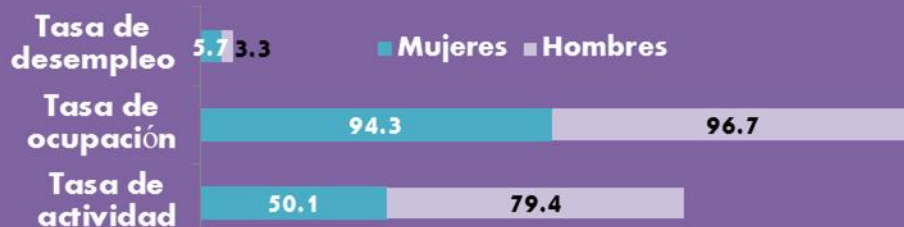
TASA DE POBREZA (%). 2014



PRINCIPALES SECTORES DE EMPLEO (% OCUPACIÓN). 2014



TASAS (%). 2014



INCREMENTO DE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (%).



MEDIANA DEL SALARIO MENSUAL. 2014



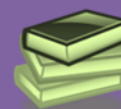
PERSONAL DIRECTIVO (cifras absolutas y % sobre total de ocupación). 2014



PROMEDIO DE AÑOS DE ESTUDIO DE LA POBLACIÓN PANAMEÑA. 2010



RELACIÓN ENTRE MUJERES Y HOMBRES EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR. 2010

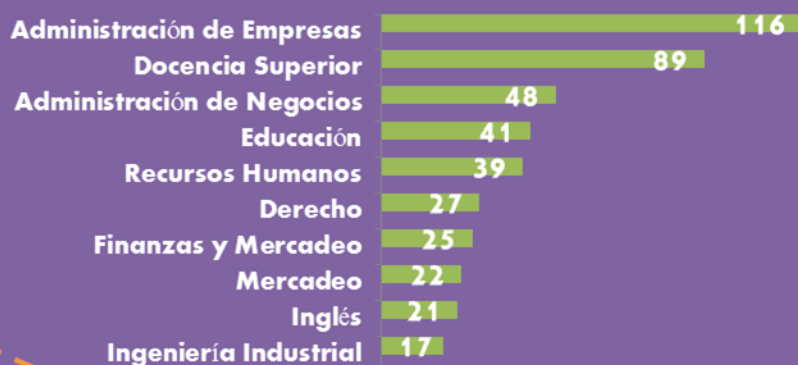


Cantera de emprendedoras

LAS 10 LICENCIATURAS CON MAYOR NÚMERO DE TITULADAS (Tituladas por cada 100.000 mujeres). 2010



LAS 10 MAESTRÍAS CON MAYOR NÚMERO DE TITULADAS (Tituladas por cada 100.000 mujeres). 2010



NÚMERO DE MUJERES POR CADA 100 HOMBRES. 2014



Personal directivo



Profesionales, científicas y técnicas



Técnicas y profesionales medias

PRINCIPALES SECTORES DE OCUPACIÓN DE LAS DIRECTIVAS (% de la ocupación). 2014



PRINCIPALES SECTORES DE OCUPACIÓN DE LAS PROFESIONALES, CIENTÍFICAS Y TÉCNICAS (% de la ocupación). 2014



PRINCIPALES SECTORES DE OCUPACIÓN DE LAS TÉCNICAS Y PROFESIONALES MEDIAS (% de la ocupación). 2014

TASAS DE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA [%], 2013

Actividad emprendedora



MOTIVOS DE OPORTUNIDAD EN LA TEA [%], 2013



tasa de actividad emprendedora temprana de mujeres

SECTORES [%], 2013



PRINCIPALES RASGOS [%], 2013



SECTORES [%], 2013

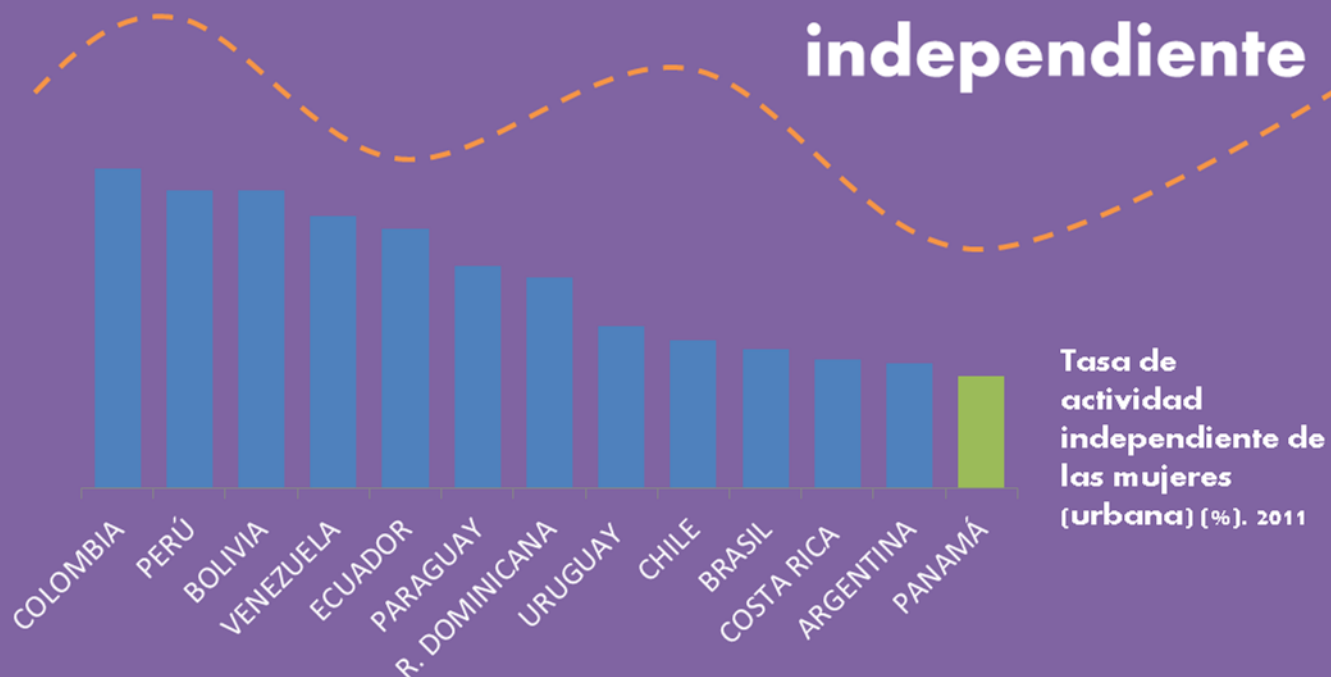


PRINCIPALES RASGOS [%], 2013



tasa de actividad emprendedora establecida de mujeres

actividad independiente

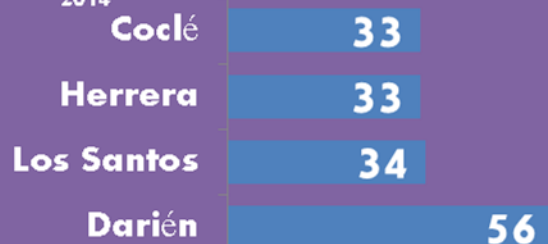


Población ocupada en la actividad independiente. 2014



Provincias con mayor tasa de actividad independiente.

2014



Tasa de actividad independiente (%). 2014



23%



31%

Índice de femineidad en la actividad independiente. 2014

49



Evolución 2005-2014

Población ocupada en la actividad independiente [%]

36%

2%

Tasa de actividad independiente

-2%

-7%

Tasa de actividad independiente entre la población indígena [%]. 2014



43%



56%

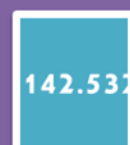
Tasa de ocupación por cuenta propia (urbana) de las mujeres (%). 2011



Principales sectores de la ocupación por cuenta propia de las mujeres (% sobre el total). 2014



Población ocupada por cuenta propia. 2014



Mujeres



Hombres

Índice de femineidad en la actividad por cuenta propia. 2014

52

Tasa de gerencia en la ocupación por cuenta propia. 2014



Tasa de subempleo en la ocupación por cuenta propia. 2014

■ Mujeres
■ Hombres



Visible

(insuficiencia de horas)



Invisible

(insuficiencia de ingresos)

cuenta propia

dueñas de negocio

Tasa de empleadoras (urbana) (%). 2011



Población ocupada como dueña de negocio. 2014

10.508

Mujeres

34.492

Hombres

Índice de femineidad en la población ocupada como dueña de negocio. 2014

28

Tasa de propiedad de negocio en la actividad independiente. 2014

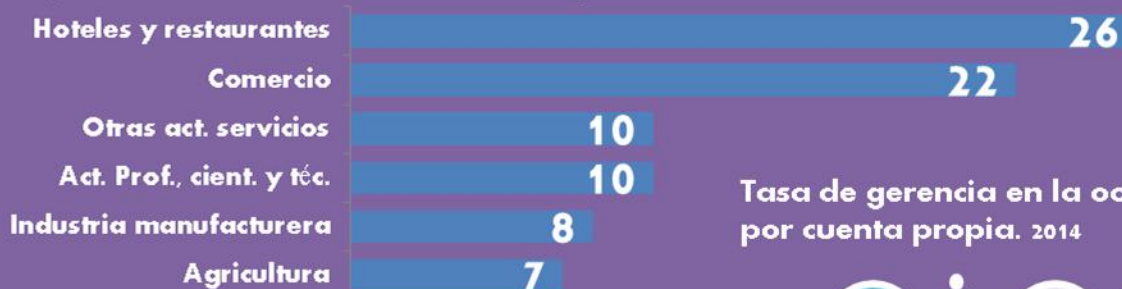
7%



12%



Principales sectores de las dueñas de negocio (% sobre el total). 2014



Tasa de gerencia en la ocupación por cuenta propia. 2014

20%



20%



Tasa de subempleo entre los dueños/dueñas de negocio. 2014



Provincias con la tasa de propiedad de negocios de mujeres más altas (%). 2014

