



ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y GENERO

El emprendimiento es clave para la competitividad de los países, ya que promueve la creación de riqueza, generación de empleo y la promoción de la creatividad e innovación. Es por ello, que el concepto emprendimiento toma cada vez mayor importancia, y muchas naciones apuestan a su impulso y desarrollo.

La medición del emprendimiento global recae en el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) que evalúa la actividad emprendedora en varios países. De él, se observan los resultados para Panamá ofreciendo un diagnóstico de la actividad emprendedora, así como de las conductas y percepciones relacionadas al emprendimiento de la población.

En dichos resultados GEM, se observa que existen diferencias de género en cuanto a la participación en los emprendimientos, así como diferentes razones que llevan a emprender a los hombres y a las mujeres. Éstos resultados permiten ampliar el conocimiento sobre la percepción y actitudes, de acuerdo al género, sobre esta importante actividad, lo cual ayudará a establecer políticas eficientes que fomenten el ecosistema emprendedor.

Perfil de los Emprendedores en Panamá

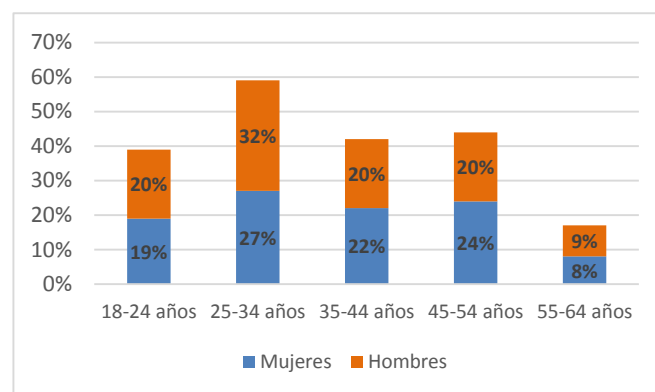
En el Informe Empresarialidad Femenina en Panamá: Mujeres Apropriadose de las Oportunidades (Publicación financiada por el Proyecto Canal de Empresarias y cofinanciado por el Centro de Innovación de Fundación Ciudad del Saber y el Fondo Multilateral de Inversiones-FOMIN, miembro del Grupo Banco Interamericano de Desarrollo -BID) se analizan los resultados obtenidos en el GEM 2013 (microdatos utilizados en el informe).

De acuerdo al informe, Panamá refleja una tasa de actividad emprendedora temprana -TEA -definido como (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) de 17% para las mujeres y 24% para los hombres, mostrando un diferencial de género del 0.73 (siendo 1 igualdad de género). Sin embargo, la TEA de las mujeres ronda muy cerca del promedio de América Latina lo que indica que sus resultados son parecidos a los países de la región.

Sobre el perfil de las emprendedoras en etapa tempranas, se destacan los grupos de edad de 25 a 34 años y de 45 a 54 años con 27% y 24%. Mientras que los emprendedores hombres se encuentran mayormente entre los 25-34 años con un 32%, tal como se muestra en la gráfica N°1.

Gráfica N°1 Distribución de la actividad emprendedora temprana por edad y sexo (%). República de Panamá. 2013



Fuente: Informe de Empresarialidad Femenina en Panamá.

Por otro lado, se observa que un 67% de las emprendedoras TEA poseen al menos, un nivel de educación secundaria, mientras que los hombres cuentan con un índice de 72%.

En cuanto a las razones por la que los panameños emprenden, el informe indicó que las mujeres emprenden en su TEA mayormente por oportunidad (77%) y en menor proporción por necesidad, pero aún están por debajo de los hombres. Este tipo de



emprendimiento es considerado de “alto crecimiento” lo que brinda posibilidades de mantenerse durante el tiempo y crecer como negocio.

Otra característica que mide el GEM es la actividad emprendedora establecida, que se refiere al porcentaje de personas que poseen un negocio con más de 3.5 años, lo que se considera que cuentan con estabilidad. En ella, Panamá cuenta con una tasa baja, donde solo *los adultos* mujeres representan el 3% y un 4% los hombres, con una brecha de género de 0.76.

En este tipo de actividad, las mujeres cuentan con negocios mayormente en el área de comercio al por menor y hoteles y restaurantes, y, en menor medida, en educación, salud, servicios sociales y manufactura. Se observa, una ausencia de emprendedoras en otros sectores que impulsan el crecimiento económico tales como, transporte, comercio al por mayor, construcción, o en sectores de innovación como el de la información y las comunicaciones.

Por su parte, los hombres participan ampliamente en las áreas de comercio y hoteles y restaurantes, al igual que las mujeres, pero cobran relevancia en la actividad de Gobierno, salud, educación y servicios sociales, así como la manufactura, el transporte, el comercio al por mayor y la minería y la construcción.

Otro aspecto interesante es la percepción de los empresarios sobre su competencia. El 7% de las mujeres perciben que no cuentan con empresas competidoras y el 53% considera que existen muchas empresas competidoras. Por otro lado, el 15% de los hombres consideran no contar con competidores y el 53% estiman contar con mucha competencia. Esto indica que tanto hombres como mujeres cuentan con conocimiento del mercado en el que trabajan, lo que les debe permitir establecer estrategias para competir exitosamente.

Vale la pena señalar, que en los emprendedores establecidos existe una menor disposición para exportar, algo que se observó con mayor fuerza en la actividad

empresarial temprana. Esta conducta de no exportar es superior en las mujeres que en los hombres.

Finalmente, el último indicador relevante que proporciona el GEM se refiere a la discontinuidad emprendedora, es decir, al porcentaje de personas que, al momento de la entrevista, habían vendido o abandonado su negocio. Dicho indicador arroja un valor de 6% para las mujeres y 7% entre los hombres, con una brecha de género, por tanto, del 0.88, positiva en este caso para las mujeres.

Conclusiones

De acuerdo al informe citado, la percepción social de la iniciativa empresarial es el punto de partida del proceso emprendedor, pues ante una percepción positiva hacia el espíritu empresarial, se podrá optar por iniciar un nuevo negocio.

También es cierto que los resultados reflejan diferencias de género que no son demasiadas significativas, aunque las pequeñas distancias terminan favoreciendo a los hombres.

Por último, es importante reforzar no solo la promoción de esta iniciativa sino también crear un adecuado ecosistema que le permita el óptimo desarrollo a los emprendimientos. Iniciativas como el Centro de Innovación de la Ciudad del Saber (que es un punto de convergencia de recursos para el desarrollo y la promoción de empresas startups) contribuyen a consolidar el “ecosistema” del emprendimiento en Panamá.

Además, el Centro de Innovación de Ciudad del Saber del que ya hemos hecho referencia, lleva a cabo el proyecto “Canal de Empresarias”, que busca superar barreras y generar oportunidades a través de la creación de nuevas empresas y el apoyo al crecimiento de empresas existentes, influenciando en los ámbitos empresariales para que sean más incluyentes y receptivos al talento femenino.

