

Empresarias en Oriente Próximo y Norte de África: características, retos y opciones políticas

Fares al Hussami, Nicola Ehlermann, Georg Koeppinghoff

La región MENA tiene la mayor diferencia de género en emprendimiento del mundo: el 12% de las mujeres está al frente de su propio negocio, frente al 31% de los hombres

Las empresas de mujeres suelen concentrarse en salud, belleza y actividades orientadas a los consumidores, sectores de fácil acceso, pero con un limitado potencial de desarrollo

Las barreras legales y logísticas, el poco uso de los servicios financieros o el acceso a la financiación son algunos de los obstáculos de las mujeres para tener su negocio

En los últimos años, las economías de Oriente Próximo y el Norte de África (MENA) han registrado importantes avances en la reducción de las diferencias de género en educación, incluso en enseñanza superior. Sin embargo, estas mejoras educativas no se han traducido en una tasa de empleo más alta para las mujeres de la zona que, con un 24% frente a más de un 60% en los países de la OCDE—sigue siendo la más baja del mundo.

La iniciativa empresarial podría ser una alternativa para aumentar la participación de las mujeres en la economía, ya que proporciona oportunidades de generar ingresos individualmente y puede beneficiar a las sociedades de la región MENA a escala más amplia, al estimular la innovación y promover un mayor bienestar. De hecho, el emprendimiento es uno de los retos de la zona, en la que el volumen de creación de empresas es uno de los más bajos del mundo, tal y como se describen algunos estudios de la OCDE como *New Entrepreneurs and High Performance Enterprises in the Middle East and North Africa* (2013) o *SME Policy Index: The Mediterranean Middle East and North Africa 2014: Implementation of the Small Business Act for Europe* (2014).

Este artículo busca arrojar algo más de luz sobre las características y desafíos a los que se enfrentan las mujeres empresarias de los países MENA. Entender estos elementos puede permitir desarrollar políticas públicas viables. En primer lugar, ofrece una visión general de las principales características de la actividad empresarial femenina en la región. Aunque que el artículo se refiere en ocasiones a las estadísticas regionales de toda la zona MENA, centra su análisis por países —Argelia, Egipto, Jordania, Marruecos y Túnez—, como parte de un próximo informe de la OCDE sobre las mujeres como actores económicos durante el periodo de transición. A continuación, destaca algunos de los retos que afrontan las mujeres empresarias, y, basándose en las mejores prácticas internacionales y en las conclusiones de la OCDE, explora diferentes vías políticas que podrían contribuir a dar vía libre al potencial de la iniciativa empresarial de las mujeres MENA.

Características

Con tan solo un 12% de mujeres al frente de sus propios negocios, en comparación con un 31% de hombres, la región MENA tie-

ne las mayores diferencias de género en emprendimiento del mundo, así como un alto índice de fracaso de las empresas dirigidas por mujeres. Según datos del informe de la OCDE, *Women in Business 2014: Accelerating Entrepreneurship in the Middle East and North Africa Region*, los hombres y las mujeres empresarios de la zona se diferencian en tres aspectos: generalmente, ellas proceden de hogares con menos ingresos y, por tanto, pueden disponer de menos recursos para poner en marcha un negocio; las mujeres propietarias y gestoras de empresas tienen niveles académicos inferiores a los de los hombres, aunque su formación sea superior a la de la media de las mujeres de la zona; asimismo, tienen mucha menos experiencia laboral que los hombres, la cual constituye una forma de preparación clave para la actividad y el éxito empresarial.

Las empresas de mujeres suelen concentrarse en unos pocos sectores, como salud, belleza y actividades orientadas a los consumidores. Por lo general, emplean poca tecnología de la información y comunicación o elementos de base científica. Por tanto, normalmente pertenecen a sectores de fácil acceso, pero también con un limitado potencial de des-

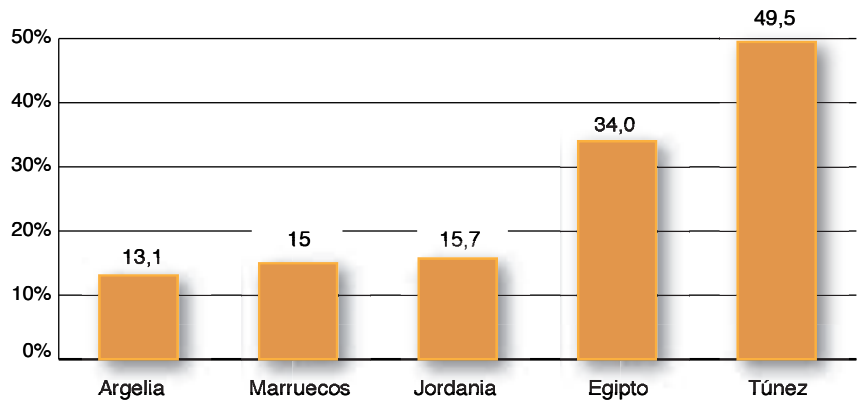
Fares al Hussami, OCDE, Nicola Ehlermann, OCDE, Georg Koeppinghoff, Sciences-Po París. Los autores agradecen a Carlos Conde y Vanessa Valle, del Secretariado de Relaciones Globales de la OCDE, sus valiosos comentarios y sugerencias. Las opiniones expresadas en este artículo corresponden a los autores, y no reflejan necesariamente las de las instituciones a las que pertenecen.

arrollo. Por ejemplo, en Egipto, las empresas propiedad de mujeres normalmente se concentran en los sectores del comercio (50%), manufacturas (22%) y educación y salud, mientras que las de los hombres, por regla general, están más diversificadas en toda la economía, según el informe de la OCDE, *Women as Economic Actors in a Period of Transition in selected MENA countries: Algeria, Egypt, Jordan, Morocco, and Tunisia* (próxima publicación).

De media, la participación femenina en la propiedad sigue siendo baja comparada con la masculina, aunque hay importantes diferencias entre los países de la región MENA. Solo en Túnez –y, en menor medida, Egipto– la participación de las mujeres es sensiblemente superior. En Jordania, por otro lado, la participación femenina es escasa, con un ligero aumento del 13,1% en 2006 al 15,7% en 2013. (Si bien los valores de Marruecos y Argelia también son bajos, hay que destacar que son de 2007 y, por tanto, no se pueden comparar con los de Túnez de 2013). Estos datos contrastan con una tasa media de alrededor del 35% en los países de la OCDE (promedio ponderado de 12 países de la OCDE, a partir de encuestas de empresas del Banco Mundial). La participación en la propiedad no supone necesariamente que las mujeres reciban una parte importante de los ingresos (por ejemplo, en los casos de participación nominal en la propiedad de empresas de sus maridos), y no proporciona información acerca de en qué medida participan en ella (por ejemplo, el 5% frente al 100%).

La actividad empresarial incipiente total (TEA, por sus siglas en inglés) de las mujeres también es significativamente inferior a la de los hombres. La proporción de TEA entre hombres y mujeres varía de un 1,5 en Argelia a un 3,4 en Egipto. Mientras que la última década estuvo caracterizada por el cierre de empresas, entre los hombres la actividad empresarial incipiente empezó a aumentar otra vez en 2010/2011, mientras que la de las mujeres siguió descendiendo. Según di-

Porcentaje de empresas con participación femenina en la propiedad 2007-2013*



*datos de 2007 para Argelia y Marruecos, de 2008 Egipto para 2008, de 2013 para el resto.

Fuente: World Bank Gender Statistics, 2015.

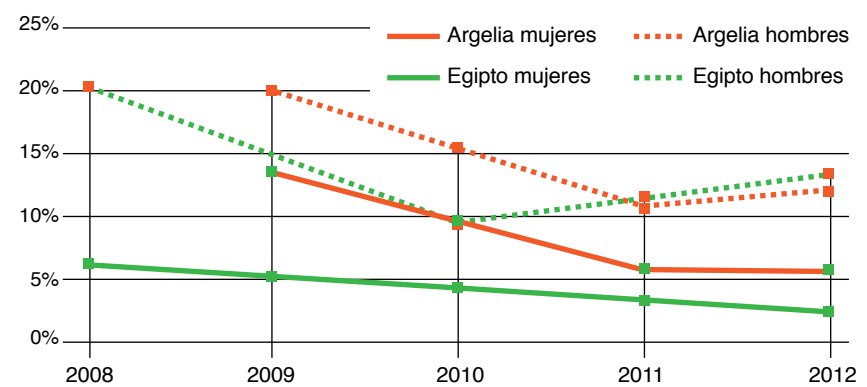
versos estudios (por ejemplo *The environment for women's entrepreneurship in the Middle East and North Africa*, del Banco Mundial), un clima empresarial difícil suele afectar más a las mujeres que a los hombres empresarios.

En los países con datos disponibles (Argelia, Egipto, Túnez), en general las mujeres tienen más miedo a fracasar, creen menos en su capacidad y son menos optimistas acerca de las posibles oportunidades de negocio. Según el informe de la OCDE mencionado, el apoyo de la familia y de los maridos se suele considerar un factor decisivo para arrancar con éxito una empresa. También las mujeres que conocen personalmente a un em-

presario tienen más posibilidades de aprender de sus compañeros y adquirir confianza.

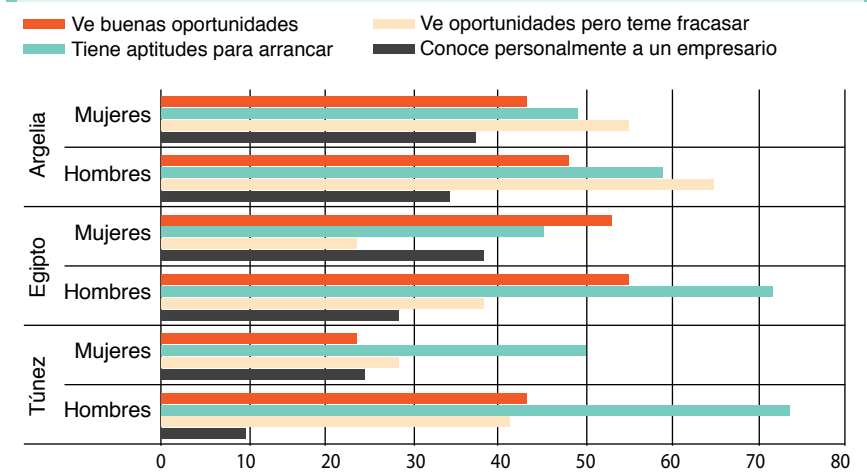
Las actividades empresariales pueden obedecer a la “necesidad” o a la “oportunidad”, tal y como establece el Global Entrepreneurship Monitor que define la “necesidad” como una “falta de oportunidades alternativas de generación de ingresos”, mientras que la “oportunidad” se caracteriza por la “creencia en la existencia de oportunidades rentables en el mercado”. En los países MENA, la parte de la actividad empresarial producto de la necesidad es especialmente alta comparada con otras zonas del mundo. Asimismo, parece que, en los últimos años, un número cada vez mayor de

Evolución de la actividad empresarial incipiente por género en Argelia y Egipto (2008-2012)



Fuente: Global Entrepreneurship Monitor, Global Report, 2013.

Percepciones empresariales de hombres y mujeres en Argelia, Egipto y Túnez, 2012 (%)



Fuente: Global Entrepreneurship Monitor, 2012, Women's Report, 2013.

hombres y mujeres que desarrollan actividades empresariales lo hacen motivados más por la necesidad que por la oportunidad. En Egipto, por ejemplo, el porcentaje de hombres y mujeres movidos por la necesidad pasó a ser un 75% desde 2008 hasta 2010. En Túnez aumentó desde aproximadamente un 22% en 2009 a un 35% en 2012.

Desafíos y opciones políticas

Los bajos niveles de emprendimiento femenino en la región MENA indican que las mujeres se enfrentan a más obstáculos que los hombres. Por otra parte, hay diferencias considerables entre países, lo cual hace pensar que las políticas y las instituciones de cada país tienen una gran influencia en el éxito de la reducción de las diferencias de género.

Las mujeres empresarias se enfrentan a obstáculos y limitaciones específicas a la hora de crear una empresa, como el escaso uso de los servicios financieros y de desarrollo de las empresas, o de los productos crediticios de los bancos. Unas políticas realistas y dirigidas a las necesidades específicas de las mujeres empresarias pueden influir efectivamente en la

igualdad de oportunidades a la hora de montar y mantener una empresa rentable.

Acceso a los servicios de desarrollo empresarial

Los servicios de desarrollo empresarial (BDS, por sus siglas en inglés) son decisivos. Ayudan a los nuevos empresarios y a los negocios ya existentes a conseguir información clave de carácter económico, así como relativa a la regulación y el mercado, con el fin de tomar decisiones fundamentadas para establecer o dirigir una empresa. Según el informe de la OCDE *Women in Business 2014: Accelerating Entrepreneurship in the Middle East and North Africa Region*, los datos de otras regiones muestran que los BDS enfocados en las mujeres han dado buenos resultados. En la región MENA, los servicios para empresarios todavía son escasos, y “los disponibles normalmente no se adaptan a las mujeres empresarias o no son muy conocidos por ellas”.

Las políticas para subsanar la falta de experiencia empresarial de las mujeres en los países MENA incluyen fomentar el conocimiento de la disponibilidad y el valor de los servicios de desarrollo empresarial, así como su uso, y hacerlos más accesibles a las mujeres jóvenes mediante programas de formación a su medida. Apoyar las redes de empresarias con el fin de aumentar el intercambio de información

y experiencia es otra vía a desarrollar y fortalecer en la región MENA.

Acceso al crédito y la financiación

Una de las mayores dificultades que se les plantean a las mujeres empresarias es el acceso a la financiación. Aunque no se dispone de muchos datos sobre los créditos del sector bancario a mujeres que intentan poner en marcha su propio negocio, en general estas tienen tasas de acceso a cuentas bancarias y tarjetas de crédito y de débito inferiores a las de los hombres. De todas maneras, hay grandes diferencias entre países. Por ejemplo, en Argelia, el porcentaje de mujeres con una cuenta corriente en una institución financiera es cuatro veces más alto que en Egipto, aunque en ambos la proporción de mujeres titulares de una cuenta bancaria haya aumentado, respectivamente, un 50% y un 40% desde 2011. En Jordania, en el mismo periodo, el número de mujeres con cuentas bancarias descendió un 10%.

En 2012, el Foro Empresarial de Mujeres OCDE-MENA, en colaboración con la Unión de Bancos Árabes, llevó a cabo un sondeo en bancos de diversos países de la región. Los resultados, detallados en el informe de la OCDE antes mencionado, mostraron que los criterios tradicionales de concesión de créditos de las entidades solían desestimar los proyectos de las mujeres empresarias debido a que su acceso a la banca oficial es limitado, su disposición de avales reducida, y sus niveles de experiencia laboral declarada, bajos. Otro desafío evidente es mejorar las capacidades financieras y no financieras de las mujeres con el fin de que respondan mejor a las expectativas de los bancos y sean capaces de presentar proyectos empresariales viables. Un mayor desarrollo por parte de los bancos comerciales de “servicios no crediticios, tales como la orientación empresarial, el asesoramiento de la planificación contable y financiera, la inteligencia y las herramientas empresariales y el establecimiento de contactos en la cadena de valor –además de los programas de formación ofrecidos por las asociaciones de mujeres y los gobiernos– podrían tener un impacto real a la hora de fomentar la pre-

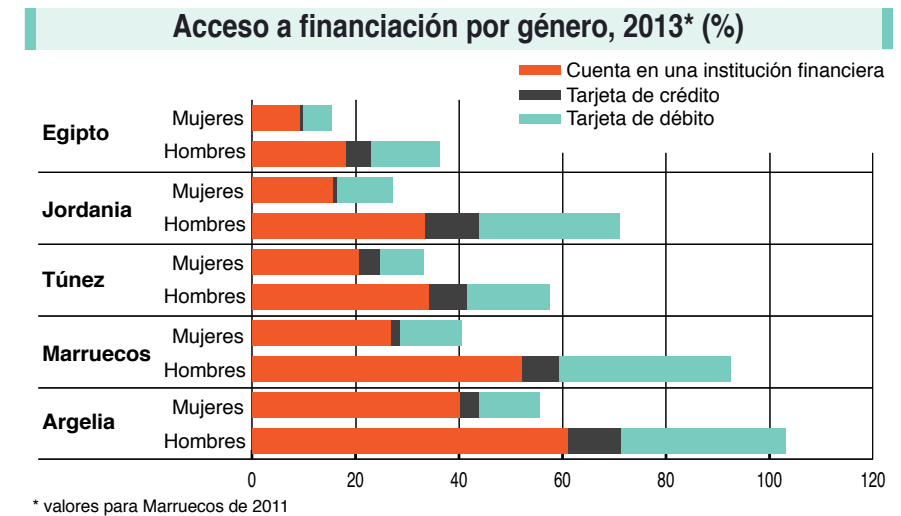
paración de las mujeres para tratar con los bancos”, tal y como señala en informe.

■ Barreras legales, sociales y logísticas

Un reciente informe del Banco Mundial *Women, Business, and the Law 2016: Getting to equal*, establece que la región MENA tiene las mayores diferencias legales entre hombres y mujeres. En la práctica, la legislación puede influir en la posibilidad de obtener crédito de las mujeres empresarias. Por ejemplo, las economías de varios países MENA tienen regímenes legales de separación de bienes y normas de herencia desiguales. Estas disposiciones perjudican el acceso de las mujeres a la propiedad, lo cual es un requisito previo para obtener financiación, ya que la propiedad sirve como aval (tal y como establece el informe de la OCDE *Women as Economic Actors in a Period of Transition in selected MENA countries: Algeria, Egypt, Jordan, Morocco, and Tunisia*). En consecuencia, las mujeres dependen más que los hombres de los recursos personales o familiares para poner en marcha un negocio. La reforma de estas legislaciones puede representar un desafío. Los gobiernos deberían diseñar políticas dirigidas a facilitar el acceso a la financiación a las mujeres empresarias, tales como programas de emprendimiento específicos y adaptados con servicios personalizados y productos financieros a medida. Igualmente, tendrían que trabajar en mejorar el funcionamiento y la calidad de los registros de bienes muebles, de manera que pudiesen ser reconocidos como aval en la solicitud de un préstamo.

A pesar del derecho a trabajar, a veces las mujeres ven restringida su autonomía de decisión en lo que respecta al empleo y autoempleo. Por ejemplo, en Marruecos, solo el 42% de las mujeres se declaran autónomas en sus decisiones laborales (un porcentaje que desciende al 22% en las zonas rurales). De manera similar, el 45% de las mujeres argelinas que no trabajan y que antes habían tenido un empleo adujeron el mismo motivo (hay que tener en cuenta que estos datos se basan en encuestas de 2004).

Las diferencias en el reparto del tiempo dedicado al hogar suele con-



dicionar el inicio de una actividad empresarial (o el desarrollo de una ya existente). En Marruecos, las mujeres dedican cinco horas diarias a las tareas domésticas, frente a tan solo 43 minutos por parte de los hombres. Lo mismo ocurre en Argelia y Túnez, lo cual deja menos tiempo a las mujeres para la actividad empresarial. En Argelia, según datos de 2012 del Ministerio de Finanzas, las mujeres dedican de media aproximadamente 20 horas a las tareas domésticas, frente a tres de los hombres. En Túnez, en el año 2000, las mujeres dedicaban ocho veces más tiempo a las tareas del hogar y cuidado de los niños que los hombres.

Por último, las mujeres suelen tener menos flexibilidad que los hombres en cuanto a movilidad física y, en consecuencia, pueden quedar confinadas a actividades empresariales que requieran menos desplazamientos o viajes, sobre todo en las zonas apartadas. En Egipto, por ejemplo, la movilidad de las mujeres se ha estancado por debajo del nivel de los hombres, mientras que la movilidad de los hombres mejoró entre 1988 y 1998, según un estudio de Ragui Assaad y Melanie Arntz publicado en 2005 en *World Development*. Por otra parte, se ha demostrado que las mujeres cualificadas y no cualificadas viven, de hecho, más cerca de su lugar de trabajo que sus homólogos masculinos (véase el informe del Banco Mundial *The Status of Progress of Women in*

the Middle East & North Africa de 2009). Esta baja movilidad, sin embargo, no se debe solo a la falta de tiempo, sino también a los problemas de transporte y seguridad, a la poca fiabilidad de las infraestructuras de transporte público y de carreteras de algunas zonas. Tal y como sugiere el informe de la OECD de próxima publicación, mejorar las infraestructuras que facilitan una mayor movilidad podría tener un impacto positivo sobre la capacidad de las mujeres de emprender una mayor variedad de actividades empresariales.

Conclusión

En la región MENA, las políticas para promover la iniciativa empresarial tanto de hombres como de mujeres son cruciales. Pueden incluir mejoras del clima empresarial y de los servicios a las empresas y una difusión más amplia de la información, o el perfeccionamiento de las capacidades empresariales mediante su aprendizaje en la escuela. Así y todo, se pueden dar respuestas políticas adecuadas y bien diseñadas para superar los retos específicos a los que se enfrentan las mujeres de los países de la zona a la hora de poner en marcha y desarrollar un negocio, y lograr considerables beneficios sociales y económicos para la región. ■