

Capital social y redes sociales de las mujeres empresarias

Hammache el Kaina

Marruecos: aunque con raras excepciones, la consecución de la autonomía de las mujeres como emprendedoras sigue siendo problemática

Túnez: el empresariado femenino sigue centrado en el desarrollo continuo del sector privado y en los estímulos del Estado y de las ONG

Argelia ha vivido un desarrollo del trabajo asalariado femenino, pero se encuentra ante un problema sin precedentes: el desempleo de las mujeres

El indicador principal de la integración de las mujeres en la dinámica económica es su participación en el trabajo asalariado de manera formal (legal) o informal y en la actividad independiente a través de la iniciativa privada, es decir, como emprendedoras.

En Argelia, la actividad de las mujeres empresarias, identificadas formalmente como tales, es reciente. Si bien el sector privado tiende a desarrollarse y a abarcar todos los nichos económicos, dicha actividad está expuesta no solo a las dificultades que encuentra el promotor económico sino también a los contratiempos vinculados al estatus de la mujer. Según las estadísticas del Banco Mundial de 2006, casi 10.000 mujeres han creado en Argelia empresas privadas, y emplean a cerca de 25.000 personas. Solo se puede explicar esta lógica de creación a partir de mecanismos estrictamente económicos. En efecto, se descuida demasiado a menudo el papel ejercido por el contexto social en la creación de las empresas, ya que, en última instancia, estos empresarios están indiscutiblemente incluidos en redes de relaciones sociales (Granovetter), que los forman y que permiten al empresario disponer de un conjunto de recursos tangibles e intangibles. Varios estudios han tratado de inventariar los obstáculos para una mayor eclosión del empresariado femenino en Argelia, entre otros, los trabajos de Suad Khodja, pe-

ro ninguno ha intentado analizar los obstáculos que podrían generar las redes sociales de estas empresarias. El objetivo de este artículo es señalar a los personajes que componen la red social de estas mujeres empresarias, quiénes generarían el capital social y quiénes generarían el pasivo social.

Marruecos: desarrollo de las cooperativas femeninas

Marruecos está comprometido desde principios de los años ochenta en el proceso de liberalización, apertura al exterior, y democratización, y vive profundos cambios demográficos socioculturales, legislativos y económicos. Las nuevas opciones de la política económica consagran la primacía de la iniciativa privada para asentar un crecimiento constante y sostenible. En este contexto, las empresas marroquíes no se han quedado al margen de estos cambios. Se insertan en la óptica del cambio.

En esta dinámica de cambio, comprobamos la marginación de la mujer y su alejamiento de las esferas de decisión y de poder, tanto político como económico. Las razones residen en que, a pesar de los esfuerzos de las autoridades en cuanto a la educación de la mujer, persisten muchos obstáculos. Entre otros el analfabetismo, las

mentalidades y la formación profesional: una ventaja social considerable que habilita a las jóvenes a integrar las unidades de producción en los distintos sectores de la economía y también para crear sus propias empresas, que desgraciadamente se encuentra frenada debido a varios obstáculos como la inadecuación entre las ofertas de formación y las ofertas de empleo; la escasa cualificación de los formadores para solucionar algunos problemas prácticos a las mujeres; la no adaptación del material pedagógico; la falta de flexibilidad de los horarios y de los programas en relación con las exigencias de la mujer; la falta de formación adaptada a la mujer rural...

Por lo que se refiere a los métodos de financiación de las jóvenes empresas creadas por las mujeres, no se puede olvidar el fracaso del crédito de jóvenes promotores en su papel preestablecido de financiación para microempresas como respuesta al autoempleo. El crédito para jóvenes promotores quería ser una respuesta al problema de los licenciados en paro. Es interesante destacar que solo un 26% de las mujeres se benefició de este mecanismo.

Los años ochenta fueron un periodo de entusiasmo, especialmente a favor de las cooperativas femeninas. Éstas se establecían a menudo en los complejos artesanales. El desarrollo de las ONG explica su crecimiento, al

considerar a las cooperativas como marco jurídico práctico. Ahora bien, en el contexto actual, la progresión de estas empresas femeninas alternativas no es necesariamente positivo, ya que su creación es normalmente muy rápida y se hace bajo la iniciativa de las instituciones y no de las propias mujeres. Salvo raras excepciones, la consecución de la autonomía de las mujeres en su proyecto de emprender sigue siendo problemática.

Está claro que la proporción de las mujeres que actúan en la esfera del trabajo y de la economía adquiere cada vez más importancia numérica sin que este *continuum* sea constante, en vista del número de mujeres que siguen marginadas por los mecanismos de producción y los instrumentos de financiación.

Varios estudios sobre las mujeres empresarias en Marruecos, han demostrado que su red social está formada por miembros de sus familias cercanas y, en segundo plano, por las ONG. Éstas últimas han fomentado la creación ascendente de cooperativas femeninas.

Túnez: impulso al empresariado y a las ONG

Las leyes de Habib Burguiba, así como la promulgación del Código del Estatuto Personal (1956), reconocieron a la mujer una serie de derechos que se le habían negado hasta entonces (la libre elección del esposo, la igualdad ante el divorcio, la abolición de la poligamia, el derecho a elegir y ser elegida). Túnez instauró así una nueva organización de la familia, basada en la igualdad jurídica y, desde 1987, instituyó una corresponsabilidad de la mujer en ésta. Asimismo ratificó el convenio 111 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) sobre la no discriminación en cuanto a empleos y profesiones, estableciendo la igualdad de trato entre hombres y mujeres para trabajos equivalentes. Las leyes de

Burguiba adoptaron muchas disposiciones para favorecer la igualdad de género y el acceso al empleo de las mujeres, especialmente en la administración. En este sentido, se pueden apuntar algunos efectos de esta paridad del hombre y la mujer en materia de derecho de empresa: por ejemplo, la mujer tunecina puede convertirse en tutora y administrar los bienes de su hijo; puede heredar una empresa a la muerte de su marido, y hacerla funcionar.

La acción política en favor de la emancipación de la mujer se puso de manifiesto, durante 1991, con la promulgación de una ley que hacía obligatoria la escolarización de los niños. Más tarde, se creó el Centro de Investigación, Estudio, Documentación e Información sobre la Mujer (CREDIF, siglas en francés) y después el Ministerio de Asuntos de la Mujer y la Familia. Por último, en la preparación del noveno plan, entre 1992 y 1996, se creó en el Ministerio del Plan una comisión sectorial encargada de estudiar el papel de la mujer en el desarrollo.

Más allá de la dimensión jurídica y legal favorable, desde 1970 el empresariado femenino sigue estando muy orientado en el desarrollo continuo del sector privado y del consumo, por los estímulos institucionales del Estado y de algunas ONG.

En 1973-1974, el Programa de Desarrollo Rural (PDR) estaba enfocado a la estabilización de las poblaciones rurales, en particular por medio de la ayuda a los pequeños oficios artesanales, que afectaban a muchas mujeres.

A principios de los años ochenta, la política de creación de empleos asalariados se articuló a través de la instauración del Fondo Nacional de Promoción de la Artesanía y las Pequeñas Empresas (FONAPRAM, siglas en francés), que promovía la instalación de artesanos. En 1993, el Programa de Desarrollo Rural Integrado (PDRI) se centraba en zonas desheredadas, principalmente en el sector agrícola del trabajo femenino, con la instauración del fondo de circulación ONA (Oficina Nacional de Artesanía, 1988). El PDUJ (Programa de Desarrollo Urba-

no Integrado) está dirigido a la mejora de la aparición de un tejido de pequeñas y medianas empresas.

En paralelo a todos estos mecanismos, se inició una política de formación profesional.

Varios estudios, entre otros el de Pierre Noel Deneuil, han demostrado que las redes sociales de las empresarias tunecinas están formadas, en un primer plano, por lazos familiares y, en un segundo plano, por las ONG.

Argelia: creciente paro femenino

Uno de los efectos más destacados del Programa de Ajuste Estructural (PAS, siglas en francés), es el empleo y especialmente el empleo de las mujeres. En efecto, si bien el ajuste permitió restablecer, en condiciones especiales, los grandes equilibrios macroeconómicos y macrofinancieros, en el ámbito del empleo la situación se deterioró. La notable ausencia de nuevas inversiones, tanto de las empresas públicas como privadas, así como los despidos masivos de asalariados, ligados a las reestructuraciones y a las disoluciones de empresas, contribuyeron a la agravación del paro. El resultado fue una tasa creciente de desempleo, que pasó de un 24% en 1994, a un 29,7% en el primer trimestre de 2000. Si bien la escasez de empleo afecta sobre todo a los jóvenes, en el contexto económico y social de estos últimos años, cada vez más mujeres se dirigen al mercado laboral en busca de un empleo. Esta tendencia está especialmente confirmada por la encuesta "Hogares" del Centro Nacional de Estudios y de Análisis para la Planificación (CENEAP) y crece rápidamente desde 1993. Efectivamente, Argelia conoció un relativo desarrollo del trabajo asalariado femenino en la industria, y sobre todo en la administración; sin embargo, actualmente se encuentra ante un nuevo problema sin precedentes: el desempleo femenino. El desempleo afecta proporcionalmente más a las mujeres que a los hombres.

Redes sociales de las mujeres empresarias en Argelia

El sondeo que se llevó a cabo en el marco de un proyecto de investigación global sobre el empresariado en Argelia, y en particular respecto al eje de las redes sociales de las mujeres empresarias y el capital social, en el Centro de Investigación en Economía Aplicada para el Desarrollo (CREAD, siglas del francés), incumbió a 23 mujeres empresarias en la región del Algérois y, habida cuenta del carácter básicamente exploratorio de nuestra investigación, optamos por un procedimiento inductivo sobre el terreno, en paralelo a nuestras investigaciones bibliográficas.

Las características principales de las 23 empresarias son: empresas pertenecientes en su mayoría al sector de los servicios; número de empleados, comprendido entre tres y 24; antigüedad de las empresas, comprendida entre seis y 10 años; edad de las empresarias de 28 a 56 años, cuya formación va desde las autodidactas hasta las que tienen estudios superiores. Los resultados demostraron que las redes sociales de las mujeres empresarias están formadas por asociaciones profesionales a las cuales están afiliadas y por los miembros de sus familias. En este sentido, manifiestan que las que generan su capital social son sus relaciones con los miembros de las asociaciones profesionales. Explican esto, por una parte, por el hecho de su posición jerárquica similar: los iguales tienen diariamente vivencias comparables. En su mayoría, hacen frente a problemas similares y comparten dificultades de la misma naturaleza relativas a la gestión de la empresa. Una comunicación entre iguales puede permitir así, a las empresarias que lo desean, beneficiarse del conocimiento

profesional de sus homólogas. Por otro lado, lo explican por el hecho de que la semejanza de características personales induce a intereses comunes y visiones equivalentes del mundo, y explica la formación de vínculos basados en la atracción interpersonal; por ejemplo, dado que las protagonistas no mantienen relaciones jerárquicas, la comunicación es más fácil y el comportamiento de cada una parece más previsible. Este tipo de relación puede también contribuir a crear un apoyo mutuo y una colaboración entre las protagonistas y, como consecuencia, a reducir el sentimiento de soledad que puede afectar a la responsable de la empresa.

En este marco, Granovetter introduce el concepto de "vínculos fuertes y vínculos débiles", para diferenciar la contribución de las redes sociales al capital social. Por lo que se refiere a la cuestión de la búsqueda de un empleo, el sociólogo pone de manifiesto que los vínculos débiles, tejidos con los colegas, los vecinos, los amigos, la pertenencia a clubes, a distintas asociaciones..., aportan más información que los vínculos fuertes (la pertenencia familiar). En efecto, los vínculos débiles reúnen por medio de puentes a un mayor número de individuos, que, gracias a su pertenencia múltiple, tienen acceso a más información, y pueden entonces ampliar sus comunicaciones.

Por el contrario, las relaciones familiares generan un pasivo social, en primer lugar, al definir a la familia política por su comportamiento misógino. Por otro lado, está la familia (los padres) que, como contrapartida de su ayuda, impone la contratación de mano de obra (los allegados) no cualificada, que pone en peligro la empresa.

empleo. La participación del trabajo a domicilio pasó de un 16% en 1994 a un 17% en 1997. La precariedad del empleo tiende a crecer, en detrimento del empleo estable que constituía, hasta entonces, la forma contractual más usada.

Ante esta situación, el objetivo principal de las políticas sociales adoptadas por Argelia es la reducción de la pobreza y de la exclusión. De este modo, se han puesto en marcha algunos mecanismos de lucha contra el desempleo, llamados "de promoción del empleo", cada uno de los cuales se dirige a una o varias categorías de parados. Estos programas se dirigen a los jóvenes y a los trabajadores oprimidos. Se trata de trabajos de servicio público con alta intensidad de mano de obra (TUP-HIMO, siglas del francés), de contratos de pre-empleo (CPE), y de empleos asalariados de iniciativa local (ESIL, siglas del francés). Estos programas, creados en 1990, generan empleos temporales de una duración de un año para los jóvenes.

Los dos programas de microempresas y microcréditos se distinguen de los anteriores en la medida en que se dirigen directamente a la inserción de las personas que tienen capacidad para crear actividades generadoras de rentas. Estos créditos se conceden a tipos bonificados. El Organismo Nacional de Apoyo al Empleo de los Jóvenes (ANSEJ, siglas en francés) administra los primeros, mientras que el Organismo de Desarrollo Social (ADS, siglas en francés) administra los segundos.

Conclusión

Los magrebíes son conocidos por su preservación de la estructura familiar extensa y por la sacralización de los vínculos familiares, que aparentemente constituyen un freno para el desarrollo económico de estos países. Como esta investigación ha demostrado, suponen un obstáculo para el desarrollo del empresariado femenino. ■

A partir de ese momento, el desempleo femenino surge como una tendencia fuerte, mientras que hasta entonces era relativamente limitado, y la proporción de amas de casa en busca de un empleo crece rápidamente. El desempleo de las mujeres tiende a revestir características totalmente inéditas. Una encuesta llevada a cabo en 1995 permitió evaluar la proporción de las mujeres en paro, respecto a su situación anterior. Si bien la mayoría de ellas eran estudiantes (62,4%), una proporción importante estaba constituida por amas de casa, que se presentaban en el mercado laboral en busca de un empleo. La encuesta pone de manifiesto también que una mujer desempleada de cada cinco pertenece a un

hogar en el que no hay ningún trabajador en activo, y un 42% de las mujeres en paro son miembros de un hogar que no tiene más que una persona ocupada.

Esta tendencia, totalmente nueva en la sociedad, expresa muy claramente la importancia de las dificultades económicas de los hogares en periodo de ajuste que impulsa a las amas de casa a dirigirse al mercado laboral en busca de un empleo, es decir, de una renta. No se trata de un proceso de liberación de la mujer por el trabajo, sino de un movimiento producido por las necesidades económicas. Otra consecuencia del ajuste es la proporción creciente que representan el trabajo a domicilio y el trabajo informal en la estructura del