

X REUNION ASEPELT ESPAÑA;Error! Marcador no definido.

BLOQUE TEMATICO: A.1 CRECIMIENTO ECONOMICO Y FACTORES PRODUCTIVOS

COMUNICACION:FACTORES DIFERENCIALES EN EL POTENCIAL EMPRESARIAL DE LA MUJER EN ESPAÑA.

AUTORES: Felipe R. Cáceres Carrasco

Joaquín Guzmán Cuevas

María José Rodríguez Gutiérrez

Describiremos la emergencia empresarial femenina cuantitativa y cualitativamente tomando como elemento de referencia el empresariado y potencial empresarial masculino. Después, una vez marcado el diferencial entre uno y otro sexo, procederemos a buscarle una explicación.

El trabajo se circunscribe en el ámbito nacional, pero las limitaciones de las estadísticas disponibles y la escasa literatura en español hemos tratado de cubrirlas utilizando además de, por supuesto, la E.P.A., cuyos datos están sujetos a los inconvenientes y limitaciones que se conocen para esta encuesta (Romero, 1.988) los resultados de dos investigaciones que hemos realizado entre las poblaciones de Sevilla y Barcelona, que utilizaremos de forma complementaria y cuando sea preciso extrapolando con las convenientes reservas. Además, hemos acudido a alguna bibliografía extranjera que recoge investigaciones, que aunque trascienden el ámbito geográfico de este trabajo, nos han permitido hacer referencias a otros países en los que, según el caso, se observan comportamientos similares a los que se dan en España.

LA EMERGENCIA EMPRESARIAL FEMENINA

Como se extrae de la tabla 1 el volumen de oferta empresarial femenino es casi una quinta parte la del masculino, cuando se trata de empleadores, y menor a un tercio cuando las diferencias se establecen sobre el empresariado sin asalariados a su servicio o empresario autónomo. Dicha distancia, que en países desarrollados como EE.UU. se está reduciendo de forma importante (Arthur, L., Richard K. y Kishore P., 1.994), en España se contrae muy lentamente.

EMPRESARIOS SEGUN SEAN EMPLEADORES O NO Y SEGUN SEXO. 1994

(medias anuales en miles)

(Tabla 1)

SEXO	EMPLEADORES	EMPRESARIOS.SIN ASALARIADOS Y AUTONOMOS
HOMBRE	456,9 (83,29%)	1.376,3 (71,8%)
MUJER	91,6 (16,7%)	534,6 (27,9%)
TOTAL	548,5 (100%)	1.910,9 (100%)

Fuente: E.P.A.

Investigaciones recientes que hemos realizado sobre el potencial empresarial -porcentaje de personas con orientación hacia el trabajo por cuenta propia y que estiman probable o muy probable la posibilidad de que algún día se conviertan en empresarios- de la población de la provincia de Sevilla (Guzmán, 1.995) y de los estudiantes de Formación Profesional de Sevilla y Barcelona (Cáceres, 1.995) reflejan como entre esa población, no empresaria, la orientación hacia el empresariado varía de forma importante según el sexo. Aunque las distancias se acortan con respecto a la población empresaria -tabla 1-, lo que probablemente esté muy relacionado con los obstáculos percibidos por la mujer como veremos más adelante.

PREFERENCIAS POR EL TRABAJO POR CUENTA PROPIA Y AJENA EN LA POBLACION DE SEVILLA. (porcentajes)

(Tabla 2)

SEXO	CUENTA PROPIA	CUENTA AJENA
MUJER	64,3	35,7
HOMBRE	73,1	26,9

Fuente: Guzmán, 1.995.

PROPENSION A LA ACTIV. EMPRESARIAL EN LA PROVINCIA DE SEVILLA (% de mujeres y hombres que consideran probable o muy probable la posibilidad de convertirse algún día en empresarios).

(Tabla 3)

SEXO	PROPENSION
MUJER	27,9%
HOMBRE	46,1%

Fuente: Guzmán, 1.995

Una vez cuantificado este importante diferencial entre la emergencia y potencial empresarial femenino y masculino, vamos a centrarnos en la descripción de tres características de la oferta empresarial, en las cuales hemos detectado diferencias según el sexo del empresariado. Nos referimos a la dimensión de la empresa, el sector y rama de actividad y la motivación

para ser empresario.

En cuanto a la dimensión, la tabla 1 muestra como el peso de la mujer en relación al hombre es mayor entre empresarios sin asalariados y autónomos que entre empleadores, lo que unido al hecho de que en España existe un predominio de la empresa muy pequeña (Guzmán, 1.994) nos permite afirmar que la mujer empresaria española tiene una orientación mayor hacia la pequeña empresa que la que muestra el empresariado masculino. Concretamente, existen diez puntos de diferencia, pues del total de empresarios femeninos el 85% están en el grupo de los "sin asalariados y autónomos, mientras que para el empresariado masculino dicho grupo alcanza el 75%.

Las tablas 4 y 5 ponen de manifiesto cómo la presencia de la mujer empresaria por sectores es diferente según se trate de empleadoras o empresarias sin asalariados y autónomas. Pero lo que más nos interesa en este análisis es que, pese a esas diferencias, se observa una alta concentración del empresariado femenino en el sector servicios, que llega absorber más del 80% y casi un 70% de cada una de las categorías de empresarias, antes apuntadas, respectivamente.

EMPLEADORES SEGUN SEXO Y SECTOR DE ACTIVIDAD. 1.994 (medias anuales en miles). (Tabla 4)

	AGRARIO	INDUSTRIA	CONSTRUCC.	SERVICIOS
MUJ.	3,6 (4%)	9,4 (10%)	1,2 (1%)	77,5 (85%)
HBR.	32,1 (7%)	106,4 (23%)	74,3 (16%)	244.3 (53%)

Fuente: E.P.A. y elaboración propia.

EMP. SIN ASALARIADOS Y AUTONOMOS SEGUN SEXO Y SECTOR DE ACTIVIDAD. 1.994 (medias anuales en miles). (Tabla 5)

	AGRARIO	INDUSTRIA	CONSTRUCC.	SERVICIOS
MUJ.	135.1(25%)	32.9 (6%)	1.3 (0,0%)	365.2 (68%)
HBR.	418.6(30%)	120.6 (9%)	164.6 (12%)	672.5 (49%)

Fuente: E.P.A. y elaboración propia.

Dentro del conjunto de actividades que se engloban en el sector servicios las relativas al comercio al por menor, restaurantes, hostelería y servicios personales -con predominio de salones de belleza y peluquerías- son las que más peso tienen según una investigación basada en estadísticas

de la Seguridad Social (Romero, 1.988).

Por último, para acercarnos al conocimiento de la motivación empresarial, los datos de que disponemos -tabla 6- están referidos a la población de la provincia de Sevilla con potencial empresarial, por lo que la información que ofrecen la tomaremos con cierta reserva, ya que aunque presumimos que es extrapolable al resto de España, no tenemos total certeza.

MOTIVACION HACIA EL EMPRESARIADO DE LA POBLACION CON POTENCIAL EMPRESARIAL EN LA PROVINCIA DE SEVILLA. (% sobre el total)

(Tabla 6)

	GANAR MUCHO DINERO	VOCACION	NECESIDAD ECONOMICA	OTROS
MUJ.	31,2	38,2	8,21	12,3
HBR.	41,0	40,5	6,1	22,3

Fuente: (Guzmán, 1.995)

No parece haber apenas diferencias entre hombres y mujeres en la que es la principal motivación del empresario según hemos extraído de nuestras investigaciones, como se refleja en la tabla 6: la vocación (Guzmán, 1.995). Ni tampoco en la motivación por "necesidad económica", aunque el peso de esta última es considerablemente menor. Por el contrario, las restantes alternativas recogen diferencias a tener en cuenta, pero si consideramos que la alternativa "otros" no nos aporta información, unido a las reservas a las que antes nos referíamos, tendremos que limitarnos a la primera de las observaciones realizadas en este párrafo.

Concluyendo: aunque la motivación principal de empresarios y empresarias tiene un peso semejante, la oferta empresarial femenina es aproximadamente un tercio de la masculina y se orienta fundamentalmente hacia pequeñas empresas del sector terciario, siendo las que más empresarias absorben: el comercio al por menor, restaurantes, hostelería y servicios personales -con predominio de salones de belleza y peluquerías-.

LA EXPLICACION

Para encontrar una explicación al fenómeno anteriormente expuesto hemos de contar, en primer lugar, con un concepto de empresario que delimite nuestro campo de estudio. Como es sabido sobre dicha figura, sometida a tantos "avatares" a lo largo de la historia de la Ciencia Económica, no existe un amplio acuerdo. Nosotros utilizaremos una concepción empresarial integradora, que delimita al empresario en base a

tres áreas funcionales: la financiera, la gerencial y la impulsora. Muy brevemente diremos que la primera se identifica con la obtención de recursos financieros, la segunda con la tarea propiamente directiva y en la última agrupan todos aquellos caracteres no cuantificables del empresario como la capacidad de convivencia con el riesgo, la intuición, la sagacidad, la astucia, etc. (Guzmán, 1.995).

Partiremos de la siguiente idea: en la medida en que se produzcan variaciones cuantitativas o cualitativas en cada una de estas áreas funcionales el potencial empresarial, y por tanto la emergencia empresarial se verán alterados.

La obtención de recursos financieros es el principal obstáculo que tanto los empresarios y potenciales empresarios españoles como los de otros países desarrollados (Macdonald, R y Coffield A., 1991) encuentran cuando se plantean la creación de una empresa. Pero dicho obstáculo se multiplica cuando el empresario o futuro empresario que solicita la financiación es una mujer. No disponemos de datos empíricos sobre este hecho para el conjunto nacional; tan sólo los resultados de nuestra investigación sobre alumnos de Formación Profesional de Sevilla y Barcelona, pero no deja de ser interesante observar cómo entre esa población, todavía fuera del ámbito laboral de las empresas y sin contacto con los mercados financieros, ya se detecta un diferencial, aunque pequeño todavía, en la percepción de ese obstáculo, según sean hombres o mujeres.

ALUMNOS DE F.P. DE SEVILLA Y DE BARCELONA QUE CONSIDERAN COMO OBSTACULO MAS IMPORTANTE PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA LA FALTA DE RECURSOS FINANCIEROS. (porcentajes sobre el total)

(Tabla 7)

MUJER	55%
HOMBRE	50%

Fuente: (Cáceres, 1.995)

Por tanto, la función financiera en la empresaria presenta una dificultad adicional que no se da para el empresario, lo que necesariamente ha de incidir sobre el potencial empresarial y el volumen de empresariado femenino, reduciendo su número en relación al de hombres y orientando a la mujer hacia empresas pequeñas que necesiten poca inversión inicial, lo que generalmente ocurre en las empresas del sector servicios que anteriormente citamos como principales destinatarias del empresariado femenino. Por otra parte, dicho obstáculo es posible que sea uno de los que influyen con más peso en la gran diferencia que existe entre potencial empresarial femenino y volumen de empresarias emergidas.

Para abordar la relación de las otras dos esferas funcionales, la gerencial e impulsora, con la emergencia empresarial vamos a utilizar un modelo de influencias educacionales que abarca todo el campo de la educación, concibiendo a ésta en su sentido más amplio (Cáceres, 1.995). En él se integran cuatro entornos de influencia educacional, que actúan sobre las esferas gerencial e impulsora y, a través de éstas en el potencial empresarial y la emergencia empresarial: el universo social, el entorno empresarial, la familia y la educación programada. El primero de ellos, que influye en todos los restantes abarca al conjunto de normas y valores presentes en el entorno social del empresario o futuro empresario y que inspiran los modos de vida y costumbres de los individuos. Por tanto, ejerce su influencia sobre la esfera funcional "impulsora" del empresario o empresario potencial ya que en base a él se hace un reparto de papeles entre hombres y mujeres que, aunque está en continuo cambio, todavía en nuestros días asigna una función de más peso a la mujer en la familia (Del castillo, 1.995), obstaculizando su posible asunción de responsabilidades empresariales ya que, por lo general, la labor empresarial requiere una disponibilidad de tiempo que no es compatible con el desarrollo de la mayor parte de las tareas domésticas y de la educación de los hijos, lo que frenará la orientación femenina hacia el empresariado.

La influencia del entorno empresarial, que se ejerce en las esferas "gerencial" -conocimientos formalizables- e "impulsora" -conocimientos no formalizables-, se produce como consecuencia del aprendizaje que se da dentro de la empresa, es decir, desde la experiencia. Numerosas investigaciones han puesto de manifiesto como la experiencia puede ser un elemento importante de estímulo para la creación de empresas, así como para su éxito a lo largo del tiempo (Gibb, 1.993; During, 1.990; Johannisson, 1.991). Dado que el volumen de ocupados femeninos es muy inferior al de masculinos -tabla 8-, la mujer está menos expuesta a este tipo de influencias por lo que su potencial empresarial y emergencia empresarial necesariamente habrán de ser menores que en los hombres.

OCUPADOS POR SEXO (media anual en miles)

(Tabla 8)

	1.993	1.994
MUJER	3.897,3	3.989,7
HOMBRE	7.850,3	7.740,4

Fuente: E.P.A.

La influencia de la familia en la esfera "impulsora", que se ha puesto de manifiesto por diversos autores al comprobar como los hijos de empresarios tienen una propensión mayor hacia el empresariado, se revela,

tanto en España como en otros países, con menor peso cuando actúa sobre mujeres (Stanworth, J. y Gray, C., 1.991), aunque, según se extrae de ciertas investigaciones, dichas diferencias se están acortando progresivamente (Matthews, C. y Moser, S., 1.995).

La razón hay que buscarla en que, como ya indicamos anteriormente, el "universo social" influye en todos los demás entornos, y la familia es quizá uno de los canales con más fuerza en la transmisión de las normas y valores que inspiran los modos de vida y costumbres de una sociedad. Por lo que el reparto de roles vigente en esa sociedad se transmitirá necesariamente en la educación familiar, y por ello dicha influencia sobre las mujeres hijas de empresarios será menor que la experimentan los descendientes masculinos.

Por último, se entienden por influencias de la educación programada aquellas que se producen normalmente como consecuencia de la asistencia a los centros educativos. Sus efectos sobre el potencial empresarial no ofrecen duda; éste crece progresivamente, excepto para las personas sin estudios, a medida que la formación se incrementa (Guzmán, 1.995) por lo que pensamos que actúa sobre las esferas "gerencial" e "impulsora". Las diferencias entre hombres y mujeres aquí también existen; el porcentaje de tituladas superiores dentro de grupo de empresarias es superior al de titulados superiores en el grupo de empresarios (Romero, M. 1.988). Sin embargo, en lo que se refiere a la influencia que se ejerce desde el sistema educativo nacional las diferencias no deben ser muy grandes pues los programas formativos son similares para hombres y mujeres. No obstante, sí han existido diferencias en el pasado en cuanto a nivel de formación entre hombres y mujeres, lo que probablemente haya influido en los niveles de oferta empresarial masculina y femenina que se dan en la actualidad. Por otro lado, la mujer participa en menor medida que los hombres en los cursos de formación -tabla 9-, por lo que hay un tipo de instrucción en la que la mujer está menos expuesta a las influencias que ahora estamos tratando, lo que posiblemente también ejerce su acción sobre la emergencia de mujeres empresarias.

PARTICIPANTES EN CURSOS DE FORMACION. 1993. (miles)

(Tabla 9)

	VAL. ABSOLUTOS	% TOTAL TRABAJAD.
HOMBRES	721	21,2%
MUJERES	207,4	17,6%

Fuente: E.P.A.

IMPLICACIONES DE POLITICA

A juzgar por los datos analizados las mujeres empresarias pueden experimentar un importante crecimiento en los próximos años, contribuyendo de ésta forma a la generación de riqueza y puestos de trabajo, en un momento en el que parecen proliferar las políticas de desarrollo local con una preocupación palpable por el estímulo de la oferta empresarial como medio para la eliminación del desempleo. No obstante, para acelerar ese proceso será necesario que se adopten algunas medidas tendentes a superar las barreras existentes, como las políticas de apoyo financiero a la mujer, campañas que insistan en la necesidad de compartir por igual entre hombres y mujeres las tareas domésticas y la educación de los hijos y facilitar a la mujer la adquisición de experiencia profesional.

BIBLIOGRAFIA

- Cáceres, F. R. (1.995): La Influencia de la Educación en el Potencial Empresarial. Una Aplicación a los Alumnos de Formación Profesional. Tesis de Licenciatura. Departamento de Economía Aplicada I de la Universidad de Sevilla.
- Cáceres, F.R., Guzmán, J. y Santos, J. (1.995): "La Influencia de la Educación en el Potencial Empresarial". Asepelt, 1.995.
- Del Castillo, P. (1.995): "Armas de Mujer". Ideas Empresariales. Diciembre, 1.995.
- Dolinsky, A, Caputo, R. y Pasumarty, K. (1.994): "Long-Term Entrepreneurship Patterns: A National Study Of Black And White Female Entry And Stayer Status Differences." Journal of Small Business Management. Vol. 32, n. 1.
- During, W (1.990): "Education for entrepreneurship". en Dockel, R. y Miettinen, A. (eds). New Findings And Perspective Entrepreneurship. Avebury, England.
- Guzmán, J.: El Empresariado en la Provincia de Sevilla. Diputación de Sevilla. 1.995.
- Gibb, A. (1.993): "The Enterprise Culture And Education. Understanding Enterprise Education And Its Links With Small Business. Entrepreneurship And Wider Educational Goals". International Small Business Journal, n. 11, vol. 3.
- Guzmán, J.: "Aspectos Estructurales de las PMES. las Microempresas y los Empresarios en España". Economía Industrial. Noviembre-Diciembre, 1.994.
- Johannisson, B. (1.991): "university Training For Entrepreneurship: Swedish Approaches". Entrepreneurship And Regional Development, Vol. 3.
- Mattehews, Ch. y Steven B. M. (1.995): "Family Background And Gender: Implications For Interest in Small Firm Ownership". Entrepreneurship And Regional Development. N. 7.
- Mcdonald, R. y Coffield, A. (1.991): Risky Business? Youth and Enterprise Culture. The Falmer Press. London.
- Romero López, M. (1.988): La Empresaria Española. Instituto de la Mujer. Madrid.

-Stanworth, J. y Gray, C. (1.991): "Entrepreneurship And Education: An Action-Based Research With Training Policy Implication In Britain". International Small Business Journal. Vol. 10, 2.