

Empresariado femenino en Marruecos : una respuesta a la discriminación en el mercado laboral?

Fatima BOUTALEB

Profesora

Facultad de Ciencias Jurídicas, Económicas y Sociales
Universidad Hassan II, Casablanca, Marruecos.

Resumen : La vía de Desarrollo Sostenible con la que Marruecos pretende comprometerse y cuya finalidad es acoplar sinergias entre los componentes ecológicos, sociales, económicos y culturales del desarrollo requiere tener en cuenta el enfoque de género. Sin embargo, Marruecos, al igual que los demás países del Magreb, cuenta con la tasa de actividad femenina más baja del mundo (menos del 30% según el último informe de la Alta Comisión de Planificación). Por otra parte, la actividad empresarial femenina marroquí sigue siendo débil, como lo demuestra el bajo porcentaje de mujeres empresarias: apenas unas 6.000, es decir el 0,5% según la AFEM (Asociación de Mujeres Empresarias de Marruecos).

Por lo tanto, la cuestión leítmotiv sería: Cómo desarrollar una estrategia eficaz para mejorar el estado del empresariado femenino en Marruecos y favorecer un acceso equitativo al mercado laboral?

Palabras clave - Empresariado femenino, Economía del trabajo, Discriminación, Enfoque de género, GEM

I. INTRODUCCIÓN

El trabajo, en muchos países, ya no es una mera fuente de ingresos, sino un factor de bienestar y un apoyo al crecimiento. Hasta la fecha, la economía marroquí ha creado un promedio de 139.000 puestos de trabajo al año, de los cuales el 75% son para varones activos. Además, el sector informal representa alrededor del 41% de los puestos de trabajo (excepto la agricultura, la administración y la comunidad local).

El mercado laboral marroquí, al igual que la mayoría de los demás países en desarrollo, experimenta obviamente numerosas disfunciones y se caracteriza por grandes desigualdades tanto en términos de oferta como de demanda. De hecho, grandes dispersiones caracterizan, por ejemplo, la retribución laboral según las ramas y los sectores de actividad, el nivel de cualificación, el entorno urbano-rural, el género...

Una de las conclusiones alarmantes se refiere a las mujeres. En efecto, cuanto más alto es el nivel educativo de las mujeres, más topan con la discriminación para acceder al empleo. Es más, cabe destacar la disminución de la tasa de actividad de las mujeres, mientras que el desarrollo social y cultural debería conducir a lo contrario. Por tanto, existe una urgencia social para traducir la igualdad de género en reformas públicas estratégicas.

Puede el empresariado femenino constituir una respuesta a esta problemática?

Es cierto que el empresariado femenino, definido como la creación y el desarrollo de empresas por mujeres, ha adquirido desde hace diez años una importancia creciente en todo el mundo, ya que se ha convertido en un reto para varios países. La capacidad de las mujeres para generar crecimiento económico y empleo justifica ampliamente el interés que despiertan, e incluso si su contribución al desarrollo económico solo ha sido reconocida y valorada recientemente, las mujeres siempre han jugado un papel económico importante en nuestras sociedades.

En Marruecos, el país ha apostado, durante la última década, por la promoción del papel de la mujer en la sociedad y una mayor contribución al desarrollo económico y social, en particular a través de la nueva constitución, la reforma del código de familia, el código de trabajo y el código de la nacionalidad.

Sin embargo, a pesar de estos esfuerzos, las mujeres emprendedoras aún se enfrentan a obstáculos en el ámbito económico y financiero para la puesta en marcha y el crecimiento de sus negocios, particularmente en materia de acceso a la información, al financiamiento y a redes de apoyo, o incluso debido a ciertas prácticas sociales y culturales discriminatorias. .

Para contribuir a este debate actual y en constante evolución, trataremos en primer lugar de encontrar en la evolución del pensamiento económico los factores que han prevalecido en la explicación de la discriminación hombre-mujer en el mercado laboral. A nivel práctico, se trata de analizar los principales resultados de la primera investigación GEM (Global Entrepreneurship Monitor) realizada en Marruecos, así como estudiar ciertas enseñanzas sacadas de un estudio empírico sobre un panel de 500 empresas marroquíes.

II. EL EMPRESARIADO DE LA MUJER : CONCEPTO Y COMPONENTES

Recurrir a la mujer empresaria es reconocido hoy día como una de las fuentes del crecimiento, de la creación de empleo, de la innovación y de la riqueza. A lo largo de estos últimos años, hemos asistido al crecimiento del número de empresas creadas por mujeres en todo el mundo.

Según Belcourt, Burke y Lee-Goselin (Belcourt, 1991), la empresaria es "esa mujer que busca el desarrollo personal, la autonomía financiera y el autocontrol a través de la creación y gestión de su propia empresa".

Lavoie (Lavoie, 1988) describe a la mujer emprendedora, a la que también ha denominado propietaria-empresaria, propietaria-gestora de empresa o mujer jefa de empresa, como "una mujer que, a solas o con socios, ha creado, comprado o heredado una empresa, que asume los riesgos y responsabilidades financieras, administrativas y sociales y que participa en su gestión cotidiana".

Hemos optado igualmente por la definición de mujeres empresarias del Grupo de Trabajo Canadiense sobre Empresariado Femenino como "una persona que asume riesgos financieros para crear o adquirir una empresa y que la gestiona de manera innovadora y creativa desarrollando nuevos productos y en consecuencia nuevos mercados" (GTEM, 1997).

Históricamente, la feminización del empresariado ha nacido con la aparición de la teoría de género que se basa en el análisis:

1. Oportunidades ofrecidas a hombres y mujeres
2. Los roles socialmente asignados a hombres y mujeres
3. La relación entre los dos.

El enfoque de empresariado femenino tiene como objetivo promover el emprendimiento femenino y la promoción de las mujeres empresarias que implica una eficiencia económica de empresas creadas por ellas.

Numerosos estudios se han centrado en el espíritu empresarial femenino, durante más de 25 años, cuyos principales componentes son:

- Motivaciones
- Perfiles de las creadoras
- Estilo de gestión
- Rendimiento
- Necesidades de formación
- Equilibrio entre trabajo y familia
- Políticas de acompañamiento (redes sociales)
- Financiamiento

Proulx (1995), a modo ilustrativo, distinguió cuatro categorías principales de obstáculos al empresariado femenino vinculados tanto con limitaciones personales, dificultades de financiamiento externo, falta de apoyo o reconocimiento físico, moral o psicológico como del entorno y la débil integración de las mujeres en las redes empresariales.

III. LOS FACTORES EXPLICATIVOS DE LA DISCRIMINACION EN LA EVOLUCION DEL PENSAMIENTO ECONOMICO

Para comprender mejor la discriminación contra la mujer, conviene recordar las principales teorías económicas relacionadas con el mercado laboral femenino. El siguiente cuadro destaca los aspectos que caracterizan cada teoría en su tratamiento de la participación de las mujeres en la actividad económica.

Teorías	Desarrollo
Neoclásica de la valorización del capital humano (Becker)	Esta teoría se basa en el hecho de que los trabajadores buscan los empleos mejor remunerados de acuerdo con sus capacidades, obligaciones y preferencias y que los empleadores minimizan los costos. En esta perspectiva, se pueden dar varias explicaciones en caso de discriminación. Se hablará de una menor productividad de las mujeres, debido a una menor formación que minimiza el valor del capital humano, el coste del personal femenino incrementado por las ausencias, ..., las preferencias profesionales de las mujeres, así como la propensión a la discriminación de los empleadores que tienen prejuicios hacia las personas que destacan por determinadas características.
Segmentación del mercado laboral, teoría que se sitúa en la extensión de la teoría neoclásica (Doeringer, Piore ...)	Esta teoría se distingue por dos mercados laborales, el primario donde hay mejores condiciones laborales con una buena remuneración y el secundario donde los salarios son más bajos y donde el espectro de las profesiones y experiencias es más reducido. Dicha teoría de doble mercado ayuda a comprender mejor la desigualdad entre hombres y mujeres ilustrando de esta manera la compartimentación del mercado y de las profesiones.
Teoría de la segregación sociocultural (Anker)	Estas teorías se centran en factores externos al mercado laboral. Destacan los vínculos que existen entre las características de las profesiones femeninas y los estereotipos habituales sobre las cualidades de las mujeres, a saber: preocupación por los demás, destreza manual, falta de fuerza física, preferencia por la flexibilidad ... de ahí que las responsabilidades familiares pueden llevar a las mujeres a ejercer las profesiones en cuestión, sin embargo las condiciones ofrecidas en muchos puestos femeninos pueden explicarse en gran medida por el hecho de que son considerados trabajos femeninos sin que lo sean realmente.
Escuela Institucionalista (Hodgson, Jennings)	Esta corriente concreta el papel de instituciones como el Estado o la familia en la formación y el desarrollo de los procesos económicos. El institucionalismo se desmarca por el rechazo de los principios funcionalistas individuales (neoclásicos) y sociales (marxistas). Esta corriente aclara que las instituciones desempeñan un papel determinante en la experiencia profesional. Son las instituciones y no la falta de valoración del capital humano (como sostienen los neoclásicos) las que están en el origen de las desigualdades salariales entre hombres y mujeres.
Economía feminista (Strober)	Parte de la conclusión de que el análisis económico y las políticas económicas son fruto del sexismo. El contenido del análisis económico feminista no tiene que ver con las

diferencias entre hombres y mujeres. En realidad la raíz del problema reside en el hecho de que el análisis neoclásico en sí es sexista.
--

La extensión de las teorías económicas de la discriminación permite comprender mejor los comportamientos discriminatorios en el mercado laboral y explicar las persistentes brechas salariales, la sobre cualificación de las mujeres, la segregación parcial y la ocupación por los hombres de puestos de alta responsabilidad.

Asimismo, si la teoría de la segmentación ofrece una explicación de la discriminación de género en el lugar de trabajo a través de la compartimentación en el mercado laboral, los factores extraeconómicos son, por su parte, una explicación fundamental en cuanto a la teoría de la especialización. Los estereotipos, que marcan todas las sociedades, legitiman, de alguna manera, las persistentes desigualdades entre hombres y mujeres.

Esta situación constituye sin duda alguna un freno a la dinámica económica. Llamar la atención sobre estas desigualdades podría ayudar a identificar las acciones susceptibles de corregirlas.

En Marruecos, el tema de la evolución de las mujeres, abordado desde una perspectiva social y familiar, comienza a ser meditado e integrado como un componente transversal de las políticas públicas. Y qué hay de las Empresariado Femenino?

IV. EL EMPRESARIADO FEMENINO A LA LUZ DE LA ENCUESTA GEM

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) explora el papel del empresariado en el crecimiento económico de cada país, poniendo de relieve las peculiaridades nacionales y las características asociadas a la actividad empresarial.

El interés del GEM reside en centrarse en las actitudes, aspiraciones y actividades de las personas relacionadas con la carrera de empresario.

Desde 2015, Marruecos participa en el GEM, a través del Laboratorio de Investigación en Empresariado y Gestión Organizacional. Los resultados de la encuesta GEM a los que hemos llegado demuestran que el potencial de creación de empresas por parte de las mujeres es significativo, pero poco utilizado y favorecido. Por haberse incorporado recientemente a la problemática de la creación de empresas, las mujeres tienen menos puntos de anclaje en su entorno que los hombres: el entorno cuenta poco, al igual que su sector de actividad anterior.

Cabe señalar que las mujeres disponen de un menor grado de preparación de su proyecto, debido a que en la mayoría de las veces montan un negocio en el sector terciario e invierten relativamente menos dinero que sus homólogos masculinos.

Los datos de la encuesta GEM indican que la actividad empresarial está dominada todavía por los hombres, aunque las mujeres han registrado un aumento significativo en los últimos años. A escala mundial, la tasa media de actividad empresarial femenina es de 11,09%, en comparación con la TAE (Tasa de actividad empresarial) masculina que es aproximadamente de 15,41%. De hecho, la relación TAE hombre / mujer revela una brecha favorable a los hombres.

El estudio no cuenta con elementos más precisos que permitan un análisis de este fenómeno. El hecho es que, con la tasa más baja de participación de las mujeres en el empresariado entre los países del GEM, Marruecos no capitaliza su potencial empresarial intrínseco.

Marruecos tiene uno de los índices de paridad más bajos. Concretamente, la tasa de actividad empresarial de las mujeres se estima en el 2,85% frente a 6,10% de los hombres. El índice de paridad se suma al promedio de los países MENA, pero sigue siendo inferior al promedio de los países orientados hacia la eficacia.

Este balance no es de extrañar, puesto que la tasa de actividad femenina apenas alcanza el 26% en Marruecos, sobre todo que esta población femenina está poco cualificada. Casi 6 de cada 10 mujeres a nivel nacional y el 81% en las zonas rurales son analfabetas, mientras que 3 de cada 4 mujeres activas no tienen título. En consecuencia, el país ocupa el puesto 133 en términos de brecha de género entre 142 países en 2014, y en términos de participación económica de las mujeres, se sitúa en el rango 135.

Es evidente que a pesar de la emancipación de las mujeres marroquíes en los últimos años y su acceso a más derechos civiles y sociales, su participación en el mercado laboral se ha caracterizado como en muchos países árabes y musulmanes, por un nivel relativamente bajo en comparación con otros países, tanto desarrollados como en vías de desarrollo.

En su informe "Promoción de la igualdad entre mujeres y hombres en la vida económica, social, cultural y política", el Consejo Económico, Social y Medioambiental explicita que el empresariado femenino en Marruecos sigue confrontado a varios factores sociales y culturales que impiden que las mujeres prosperen en este dominio. Debido a sus compromisos familiares, las mujeres no encuentran el tiempo y las oportunidades suficientes para desarrollar redes y lobbies indispensables para la creación y el desarrollo de las empresas. Estas se enfrentan "... a un acceso limitado a la información, la formación y a las infraestructuras de acogida, e incluso a prácticas sociales y culturales discriminatorias". De ahí que; el acceso a la financiación es considerado como uno de los principales obstáculos del empresariado femenino. El nivel de acceso a los servicios bancarios por parte de las mujeres es inferior al 30% y registra una diferencia superior al 25% en comparación con el de los hombres. Las mujeres no se benefician del financiamiento participativo institucionalizado (tal como el crowdfunding). Cabe señalar que el 50% de empresas femeninas son autofinanciadas y solo un tercio del financiamiento proviene de recursos externos. Por otra parte, en Marruecos, el concepto de tutoría (mentoring) de mujeres en el empresariado no está desarrollado; sin embargo, este concepto ha permitido en otros países lograr resultados muy interesantes en materia de desarrollo de las empresas de mujeres.

El análisis en profundidad de la actividad empresarial femenina permite ubicar la proporción de mujeres en cada fase del proceso empresarial y demuestra que frente a cada mujer propietaria-gerente, hay más de cuatro empresarios varones establecidos. Una situación inédita en comparación con otros países a nivel internacional.

Esta conclusión sobre el equilibrio entre la proporción de empresarios varones y la proporción de mujeres empresarias, en todas las fases del empresariado, puede ser ligeramente matizada ya que observamos que la relación hombre-mujer desvela una brecha menor

en la fase de puesta en marcha de la actividad empresarial (emprendimiento emergente). Esto deja presagiar que a nivel de empresariado femenino, las mujeres llegan difícilmente a la fase de madurez en el proceso de desarrollo de la actividad empresarial.

Sin embargo, existen variaciones inversas en cuanto a la motivación para montar negocios. Se contempla una tendencia que demuestra comportamientos singularmente distintos, según el género, y en donde los motivos que alegan las mujeres para emprender parecen centrarse principalmente, en aprovechar una oportunidad para lanzarse en el empresariado. A pesar de que, en general la oportunidad supera la necesidad en la tasa de actividad empresarial nacional, los hombres evocan más que las mujeres la lógica de mejorar el nivel de ingresos. Pues, lejos de contradecir los resultados explicitados anteriormente, el empresariado femenino en Marruecos parece estar reservado a las clases medias y acomodadas.

Respecto al entorno cultural, constatamos que existe una ligera diferencia entre la percepción de los hombres en comparación con la de las mujeres; de hecho, con una brecha neta de 8 puntos, las mujeres marroquíes tienden a valorizar menos el empresariado como una opción profesional.

La diferencia de género también sigue siendo significativa cuando se trata de medir el entorno personal.

Las mujeres tienen más miedo al fracaso (43,23%); lo que explica en parte la muy baja tasa de actividad empresarial entre esta categoría de la población marroquí. Igualmente, los hombres parecen tener más confianza en su capacidad para crear una empresa que las mujeres (60,44% frente a apenas 34,88%).

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Más allá de la reforma de la educación marroquí que impone una nueva visión y estrategia articuladas en torno a objetivos clave claramente definidos y compartidos por todos los actores, sigue siendo necesario un esfuerzo para desarrollar un ecosistema capaz de alentar la tendencia al espíritu empresarial entre las mujeres marroquíes.

Recordemos que la participación de las mujeres en la economía de un país está determinada por dos factores: (1) la participación de la mujer en la población activa, y (2) la proporción de mujeres directamente involucradas en la creación y gestión de nuevas empresas.

Incrementar la participación de las mujeres en el empresariado debe ser una prioridad para las autoridades públicas y los círculos económicos. Es probable que tal crecimiento tenga un impacto significativo sobre la tasa de actividad femenina en Marruecos. Es de señalar que varias medidas como la organización de mesas redondas y conferencias, y la elaboración de estudios de caso, potenciarían el papel de la mujer y generarían vocaciones. Más allá de instaurar la infraestructura necesaria (guarderías, jardines de infancia) para apoyar a las mujeres en su carrera profesional, conviene promover el papel de las mujeres empresarias y por tanto, otorgarles el lugar que les corresponde en la sociedad. Este papel debe ser asumido por todos los actores de la vida política y económica (políticos, líderes empresarios, managers, profesores-formadores, asociaciones profesionales, cámaras de comercio y de industria) y a todos los niveles.

Ciertas acciones son recomendables en este aspecto, en particular:

- Proporcionar y actualizar anualmente datos relacionados con el empresariado femenino y alentar las universidades y centros especializados, a promover la investigación y el desarrollo en este ámbito.
- Desarrollar mecanismos de apoyo (incubadoras, start up, etc.) a mujeres emprendedoras en las diferentes regiones de Marruecos y fomentar las asociaciones que trabajan en este ámbito, con el fin de generalizar la experiencia a nivel nacional.
- Promover programas regionales de "Mentoring" que permitan a las mujeres pasar del autoempleo a la creación de empresas rentables y sostenibles.
- Incentivar y facilitar el acceso de las mujeres a la formación en los ámbitos del empresariado y poner en marcha módulos relacionados con este dominio en todos los programas de formación continua.
- Instaurar medidas activas para facilitar el acceso de las mujeres al sector inmobiliario y reducir la discriminación y las barreras administrativas.
- Fomentar la acción asociativa que apunte al desarrollo del empresariado femenino y lanzar estudios profundos sobre la participación de las asociaciones en el desarrollo de empresas y cooperativas femeninas en todas las regiones de Marruecos.
- Promover, desde la educación primaria y secundaria, la lucha contra los estereotipos relacionados con este ámbito, fortalecer los programas que han demostrado su valía y poner en marcha programas de incentivos para la creación de la empresa desde temprana edad en los colegios y liceos.
- Otorgar créditos a mujeres que presenten expedientes en regiones remotas y que sufren de desigualdad a la hora de acceder al financiamiento.
- Hacer públicos los datos de la concesión de préstamos en el sistema bancario por diferencia de género.
- Promover experiencias exitosas en el empresariado femenino a través de incentivos (premios, concursos nacionales, programas de televisión, etc.).
- Crear "fondos de capital riesgo" a nivel regional para apoyar el espíritu empresarial femenino.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- [1] Ahl, H. (2006), Why research on women entrepreneurs needs new directions, *Entrepreneurship theory and practice*, vol. 30, n°5, 2006, p. 595-623.
- [2] Boussetta M. (2011), *Entrepreneuriat féminin au Maroc : Environnement et contribution au développement économique et social*. Investment Climate and Business Environment Research Report.
- [3] Bruin A. de, Brush C., Welter F. (2007), Advancing a framework for coherent research on women's entrepreneurship, *Entrepreneurship theory and practice*, vol. 31, n° 3, p. 323-340.
- [4] Chekrouni, D. (2009), *Genre et marché du travail au Maroc*, Edition AParis-Edifree

- [5] El Ouazzani, K. (2016), La dynamique entrepreneuriale au Maroc 2015, Global Entrepreneurship Monitor, Rapport du Maroc 2015.
- [6] Ely R., Padavic I. (2007), A feminist analysis of organizational research on sex differences, Academy of management review, vol. 32, n° 4, p. 1121-1143.
- [7] Granovetter M. (1973), The strength of weak ties, American journal of sociology, vol. 78, n° 6, p. 1360-1380.
- [8] Guillon, R. (2009), Sociologie de la division du travail : De l'emploi au politique, Edition L'harmattan
- [9] Gupta, V., D. Turban, S. Wasti et A. Sikdar (2009), "The role of gender stereotypes in perceptions of entrepreneurs and intentions to become an entrepreneur", Entrepreneurship Theory and Practice, vol. 33, n° 2, p. 397-417
- [10] Lewis P. (2006), The quest for invisibility : female entrepreneurs and the masculine norm of entrepreneurship, Gender, work and organization, vol. 13, n° 5, p. 453-469.
- [11] Maillfert, M. (2004), L'économie du travail : Concepts, débats et analyses, Edition Studyrama
- [12] MaruanI, M. (2006), Travail et emploi des femmes, Edition La découverte
- [13] Pavy, G. (2010), La parité : enjeux et pièges, La dynamique des sexes au travail, Edition L'harmattan.

